

Fi

Fira de Barcelona
Memòria 2010



ra

FIRA DE BARCELONA

Memòria 2010

ÍNDEX

04	Presentacions
12	Òrgans de Govern
16	Un nou pas endavant
26	Delegacions internacionals
29	Salons i congressos
74	Altres esdeveniments
76	Eines per a l'activitat firal
80	Resultats econòmics 2010
83	English text



Xavier Trias

Alcalde de Barcelona
i president del Consell General de Fira de Barcelona

S'ha de valorar el paper que juga Fira com a plataforma de grans trobades internacionals, unint la seva capacitat tècnica i professional amb el prestigi que genera la marca Barcelona arreu del món

A l'hora de fer balanç dels resultats de Fira de Barcelona durant l'exercici de 2010, destaquen dues qüestions fonamentals: la voluntat de plantar cara a la crisi i la recerca de nous instruments per encarar el futur en les millors condicions possibles.

Comparteix plenament l'estratègia de Fira de facilitar la participació de les empreses i els sectors productius en els salons i els esdeveniments que se celebren als recintes de Montjuïc i de Gran Via. La millor manera de ser efectius i superar la crisi econòmica és apostant per l'activitat, per la força de les empreses i pels valors de la innovació, la qualitat, el desenvolupament tecnològic i el suport a les noves iniciatives. Fira de Barcelona ha optat, en el seu marc estratègic general, per subratllar totes aquestes qüestions i, sobretot, per garantir l'acompliment del calendari firal.

Ara més que mai necessitem finestres obertes al món que serveixin a les nostres empreses, especialment les petites i mitjanes, que constitueixen el gruix principal del teixit productiu barceloní i català, com a trampolí d'accés als mercats internacionals.

Aquesta aposta per la internacionalització, amb la presència de les seves delegacions a trenta-sis països, és un dels grans senyals d'identitat de la institució firal barcelonina, líder en salons industrials i professionals a l'Estat espanyol i que es prepara per assumir nous reptes amb l'organització de salons firals i activitats comercials més enllà de les nostres fronteres, així com l'assessorament a altres recintes i organitzadors.

POTENTS SECTORS

Vull fer una breu menció d'aspectes concrets relacionats amb els resultats i l'activitat de Fira durant l'exercici del 2010. Tinc interès a subratllar, en primer lloc, la celebració de grans salons que són reflex de potents sectors econòmics del país i de fora i que tenen una gran importància per a les nostres empreses: Alimentària, Mobile World Congress, EIBTM, Hostelco i Saló Nàutic Internacional, entre altres.

També és digne de menció la celebració de grans congressos relacionats amb les ciències de la salut (sobre hematologia, aparell respiratori,

urologia i toxicologia, entre altres) que posen en relleu la importància i el prestigi que Barcelona té en aquest camp. Igualment, hem de veure amb satisfacció la consolidació de nous salons creats fa pocs anys i que responen a sectors emergents, com ara HiT Barcelona, centrat en el coneixement i integrat ara en el marc més ampli de Bizbarcelona, especialitzat en emprenedoria i innovació, i The Brandery, dedicat a la moda urbana i contemporània.

En el context general de crisi que ha afectat les empreses i les institucions, el resultat econòmic assolit per Fira de Barcelona s'ha de considerar positiu.

LA MARCA BARCELONA

Crec que ens hem de felicitar col·lectivament per la gran quantitat d'actes, entre congressos, simposis i reunions de treball –més de quatre-cents–, que sorgeixen al voltant dels salons organitzats als recintes de Fira de Barcelona. Son una prova de la importància que tenen les fires com àmbits de relació comercial –la seva primera raó de ser–, però també com a espais on es generen solucions als problemes, idees de futur i, en definitiva, iniciatives al servei de la societat.

Com a alcalde de Barcelona, no puc deixar d'esmentar l'aportació econòmica que Fira fa a l'economia de la ciutat i del seu entorn més immediat, i que repercuteix, naturalment, sobre les empreses i sobre els nivells d'ocupació. De la mateixa manera, s'ha de valorar el paper que té la institució firal com a plataforma de grans trobades internacionals, en què uneix la seva capacitat tècnica i professional amb el prestigi que genera la marca Barcelona arreu del món.

Vull destacar que Fira de Barcelona és la suma de moltes voluntats i iniciatives: de les institucions –Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona i Cambra de Comerç de Barcelona– i de les organitzacions i les associacions empresarials, del conjunt de la societat civil, m'atreveixo a dir, sota el principi d'un ampli consens al voltant dels grans objectius del progrés, el creixement econòmic i la creació de riquesa i benestar. Aquesta és una responsabilitat que ens compromet a tots, i estic convençut que la capital de Catalunya és una peça clau del redreçament.



F. Xavier Mena

Conseller d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya i vicepresident primer del Consell General de Fira de Barcelona

L'alt percentatge als salons de Fira d'expositors i visitants estrangers contribueix notablement a la promoció exterior de les nostres empreses, juntament amb la seva extensa xarxa de delegacions

Un any més, Fira de Barcelona ha assolit amb èxit els seus objectius en desplegar al llarg del calendari una àmplia i ambiciosa oferta de salons i esdeveniments en els sectors més estratègics de l'economia productiva, i en consolidar Barcelona i Catalunya com a referent internacional en aquesta matèria. I ho ha fet en un context de crisi que aconsella plantejar noves línies d'actuació, en consonància amb la vocació capdavantera que al llarg dels anys l'ha convertit en un dels elements clau de la dinamització social i econòmica del nostre país. Ans al contrari, aquesta conjuntura ha contribuït a posar més èmfasi en els reptes de futur i a ampliar la profunditat de camp de les seves propostes i activitats. I aquesta tendència, més enllà dels cicles econòmics, és la millor carta de presentació de la fortalesa de Fira.

Només cal veure les grans xifres del 2010 per fer-nos una idea d'aquesta vitalitat: 57 salons i congressos i més de 70 esdeveniments de diferents tipologies, deixant de banda els més de 400 actes relacionats amb els salons organitzats. Són paraules clau, entre altres, Alimentaria, Hostelco, Bizbarcelona i Mobile World Congress, autèntics referents globals en les seves matèries respectives, a més a més, per exemple, de la importància indiscutible dels congressos mèdics celebrats a Fira, atès el pes específic que Barcelona té mundialment en l'àmbit de la salut i la investigació biomèdica. Si hi afegim els més de 100 milions en ingressos directes que va generar Fira el 2010, tot plegat ens fa no tan sols estar orgullosos de la tasca duta a terme fins ara, sinó ser obertament optimistes pel que fa a les perspectives de futur.

INTERNACIONALITZACIÓ

Fira, que ha adoptat una política clara de potenciació dels seus esdeveniments a través de la innovació i la captació de mercats clau per al desenvolupament tecnològic i industrial de la societat del segle XXI, sap que aquests objectius passen indissociablement per la internacionalització estratègica de les seves activitats. Fruit d'això és l'alt percentatge als salons d'expositors i visi-

tants estrangers, que contribueixen notablement a la promoció exterior de les nostres empreses, juntament amb l'extensa xarxa de delegacions que Fira té arreu del món. I també n'és fruit la intenció de desenvolupar noves vies de negoci en mercats emergents, sobretot a l'Àsia i l'Amèrica Llatina, a través de la participació d'expositors de salons de Fira en altres països, tot oferint també els serveis d'assessoria i de gestió del coneixement a les seves institucions respectives. Fira també està posant molt d'èmfasi en la potenciació dels seus salons, en una aposta clara per la tecnologia al servei dels expositors i pel foment dels contactes entre visitants i compradors, així com en l'exploració de vies de potenciació dels sectors proveïdors de serveis per a la institució.

NOVES FONTS DE RIQUESA

Tot plegat, iniciatives molt importants a l'hora de crear noves fonts de riquesa que s'estenen a tots els estrats de la nostra societat i poden generar llocs de treball a curt i llarg termini, i que ens posicionen fermament amb vista a projectes i candidatures a les quals Fira i la ciutat de Barcelona són aspirants, com ara, entre altres, la celebració, més enllà del 2012, del Mobile World Congress i l'elecció de la ciutat que ha d'esdevenir Mobile World Capital.

Totes aquestes directrius i visions de present i de futur no poden estar més en consonància amb les aspiracions del Govern de Catalunya pel que fa al nostre creixement, i per aquest motiu no puc sinó felicitar Fira per la feina feta i tota la gent que es compromet, dia a dia, a tirar endavant amb fermesa i determinació, superant les dificultats i la competència creixent dels mercats internacionals. A tots ens pertoca ara la tasca de redreçar l'activitat empresarial de Catalunya, i per això convido a tots plegats, institucions i administracions públiques, a continuar coresponsabilitzant-nos en la tasca de projecció de les activitats de Fira Barcelona per tal que continuï sent un actor important de lideratge econòmic per al present i el futur del nostre país.



Miquel Valls i Maseda

President de la Cambra de Comerç de Barcelona
i vicepresident segon del Consell General
de Fira de Barcelona

*Cal destacar els
esforços de Fira
de Barcelona per
dissenyar i executar
una nova estratègia,
tant institucional com
de negoci que s'avanci
als reptes del futur*

Un vegada més, cal fer balanç del que ha estat per a Fira de Barcelona el conjunt d'activitats desenvolupades durant l'any 2010. Malgrat que la crisi econòmica, l'aposta per la internacionalització i el valor afegit ja van fer culminar l'any 2009 com un exercici en el qual l'estratègia i la innovació van ser les protagonistes, durant tot l'any 2010 va continuar treballant a favor de la reactivació econòmica, el suport a les empreses i l'aportació econòmica a la ciutat i el seu entorn.

Tot i que l'any 2010 va ser també un any marcat per la crisi, que va afectar tant les empreses com totes les organitzacions firals espanyoles i europees, el balanç general de Fira va ser positiu. Per raons del calendari firal hi va haver menys salons. Els ingressos van ser de 101 milions d'euros, en línia amb el que es va presupostar. Un aspecte important a tenir en compte és que el 25% de la facturació total va procedir de clients estrangers.

SUPORT A LES EMPRESES

Cal dir que es va mantenir el calendari firal amb la celebració de 57 salons. Per aconseguir-ho, es va donar suport a les empreses i es van establir diàlegs amb nombroses associacions sectorials. També es va potenciar el diàleg amb

l'Administració, així com les línies de finançament a expositors i compradors amb l'objectiu de reforçar la internacionalització de Fira. El resultat de tot plegat és que grans salons com Alimentaria, Mobile World Congress, Hostelco, Saló Nàutic Internacional i EIBTM van ser un èxit. Durant el 2010, i més enllà dels grans salons, es van organitzar 70 activitats diverses i més de 400 actes en el marc dels salons celebrats, un fet que demostra sobradament la dimensió de la nostra Fira com a àmbit de coneixement.

Un altre aspecte que es va potenciar al llarg de tot l'any va ser l'estratègia d'atreure grans congressos mèdics i sanitaris. Aquest esforç va donar lloc a la celebració de cinc grans convocatòries internacionals centrades en hematologia, respiració, urologia, toxicologia i veterinària. Sens dubte, que se celebrin a Barcelona genera una important activitat econòmica que beneficia la ciutat i el seu entorn i reforça la marca i la posició dels sectors productius vinculats a activitats innovadores.

Són moments difícils, i per això mateix cal valorar els esforços de Fira de Barcelona per dissenyar i executar una nova estratègia tant institucional com de negoci que s'avanci als reptes de futur i als canvis que tenen lloc als mercats i al sector firal mundial.



Josep Lluís Bonet

President del Consell d'Administració
de Fira de Barcelona

*La internacionalització
de Fira representa una
ferma contribució a la
projecció exterior de
les empreses i per això
ha arribat el moment
de fer un nou pas
endavant*

La profunda crisi econòmica dels últims anys ha continuat afectant durant el 2010 l'activitat de la major part de les empreses i les institucions del país. Naturalment, dins d'aquest context les fires espanyoles i europees, entre les quals hi ha Fira de Barcelona, no han escapat dels efectes de la conjuntura perquè són, precisament, un viu reflex de la situació dels sectors i del teixit empresarial.

Tot i aquestes consideracions, cal dir, però, que la nostra institució firal ha assolit uns resultats que es poden qualificar de positius: els ingressos, de 101 milions d'euros, i l'Ebitda, d'11,1 milions, es corresponen amb el que s'havia pressupostat.

Fira de Barcelona ha afrontat l'exercici amb la mateixa filosofia amb què va decidir actuar des que va començar la crisi: amb la voluntat de contribuir, més que mai, a reactivar l'economia en donar ple suport a les empreses i als sectors econòmics i en continuar generant activitat econòmica a la ciutat i el seu ampli entorn. És el tarannà natural de la institució, compromesa des de sempre amb el teixit econòmic del país.

Per poder dur a terme aquesta política ha estat bàsic, un cop més, mantenir el calendari firal. Celebrar els salons és una manera pràctica d'atorgar confiança als expositors i els visitants i de fer possible, més enllà de les bones intencions, que es materialitzin les oportunitats de negoci i que sigui factible, també, compartir reflexions, assenyalar tendències i conèixer novetats.

ENFORTIR EL TEIXIT EMPRESARIAL

Al llarg del 2010 han tingut lloc 57 salons, entre els quals hi ha autèntics referents internacionals com ara el Mobile World Congress, Alimentaria, EIBTM, Hostelco i el Saló Nàutic Internacional, per esmentar-ne només uns quants, així com grans congressos mèdics i sanitaris. A més, Fira ha acollit 70 activitats corporatives i més de 400 actes celebrats en el marc dels salons que confirmen que l'aposta pel coneixement i per posar en comú experiències i plantejaments constitueix també un camí que ajuda a enfortir les empreses i a dibuixar noves perspectives de futur.

L'actuació de Fira inclou diversos eixos que cal subratllar: una activa feina desenvolupada en el terreny comercial, els lligams i l'estreta col·laboració amb les nombroses associacions

professionals sectorials, la interlocució amb les administracions i la preocupació per facilitar la participació d'expositors i visitants. Tot això, comptant amb el treball i la dedicació dels equips directius i del conjunt del personal de Fira, i amb un important suport social i institucional. Com el que s'ha posat de manifest amb motiu de l'elaboració i la presentació de la candidatura de Barcelona i de Fira no tan sols per continuar organitzant el Mobile World Congress a partir del 2012, sinó també –i molt important per a la capital de Catalunya– per convertir-se en Mobile World Capital.

És evident que la internacionalització s'observa, novament, com una de les grans prioritats de Fira, que ja té un important gruix d'expositors i visitants estrangers, sobretot als salons professionals, i representació a 36 països.

NOUS REPTES

No ens cansarem de repetir que la internacionalitat representa una ferma contribució a la projecció exterior de les empreses, i per això la nostra institució creu que ha arribat el moment de fer un pas endavant en l'activitat internacional en concebre-la també com una oportunitat de fer nous negocis amb operadors, ciutats i recintes internacionals i d'explorar nous mercats i noves possibilitats al servei del nostre teixit productiu.

Aquest plantejament s'emmarca en la posada al dia, al llarg del 2010, de l'estratègia de Fira de Barcelona –reformulada com a “nova proposta de valor”–, en considerar que no es tracta únicament de superar la crisi econòmica, sinó d'exercir el lideratge avançant-se a les necessitats del futur i als nous requeriments del mercat i del mateix sector firal.

La “nova proposta de valor” inclou també una aposta decidida pel posicionament dels salons propis, per generar un nou marc de contacte entre expositors i visitants, per impulsar la tecnologia sense reserves i per convertir els grans certàmens en autèntiques cimeres sectorials en les quals l'aportació de coneixement sigui un valor afegit i diferencial.

Són reptes que Fira de Barcelona afronta des de la prudència i la responsabilitat, però també des del compromís, el lideratge i la voluntat de contribuir al redreçament econòmic del país.

Òrgans de govern

CONSELL GENERAL

President

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

Vicepresident 1er

F. Xavier Mena i López

Vicepresident 2on

Miquel Valls i Maseda

Vocals

M^a Àngels Barbarà i Fondevilla

Albert Carreras de Odriozola

Josep Cercós Martínez

Enric Enrech i Artal

Alberto Fernández i Díaz

Joan Gaspart i Solves

Marc Guerrero i Tarragó

Jordi Hereu i Boher

Núria Marín i Martínez

Josep Morell i Miró

Jordi Portabella i Calvete

Pau Relat i Vidal

Pau Villòria i Sistach

Secretari general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

CONSELL D'ADMINISTRACIÓ

President

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Vocals

Josep Arcas i Romeu

Núria Basi i More

Jordi Clos i Llombart

Enric Crous i Millet

Bruno Figueras i Costa

Pere Fontana i Garcia

Enrique Lacalle Coll

Secretari general

Ignacio Toda Jiménez

Director general

Agustín Cordón Barrenechea

COMITÈ EXECUTIU

Director General

Agustín Cordón Barrenechea

Director d'Expansió

Pere Camprubí i Nieto

Director de Relacions

Institucionals i Protocol

Emili Farrerons i Pascual

Directora de Recursos Humans

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Director d'Administració

i Finances

Salvador Fosalba i Auró

Directora de Comunicació

Amparo Losada Torres

Director Comercial

Albert Planas i Riera

Director d'Operacions

i Serveis al Client

Salvador Tasqué i Díez

Director de Negoci

Internacional

Ricard Zapatero i Camps





Un nou pas endavant

Seguint les petjades de l'exercici anterior, també l'any 2010 va estar marcat per la crisi. Els seus efectes es van deixar sentir sobre el teixit empresarial i industrial, la major part de les organitzacions firals espanyoles i europees, les administracions –obligades a afrontar el dèficit públic– i les persones, i, en conseqüència, sobre els nivells generals de riquesa i d'ocupació.

Com a mínim, l'any 2010 s'ha de qualificar de complex atesa la situació dels mercats, del crèdit i de les expectatives del negoci firal. Malgrat això, Fira de Barcelona va obtenir uns resultats globalment satisfactoris: uns ingressos de 101 milions d'euros, amb una disminució del 5% sobre el pressupost inicial, i un Ebitda d'11,1 milions d'euros, en línia amb el que s'havia previst. Es tracta d'un balanç positiu tenint en compte que, en comparació amb altres anys, durant el 2010 no es va celebrar cap saló de periodicitat triennal.

En coherència amb la decisió presa per la institució firal al començament de la crisi, cal destacar la voluntat de posar en primer pla, per davant de qualsevol altra consideració, la celebració dels salons i la participació de les empreses. L'acompliment del calendari firal subratlla, en efecte, el paper de Fira a favor de la reactivació econòmica, el suport a les empreses i els sectors,

15

salons referents
internacionals

405.000 m²

bruts de superfície
d'exposició

36

països amb
representació de Fira

Més de

550

activitats



Recinte de Montjuïc. Celebració de Bizbarcelona.



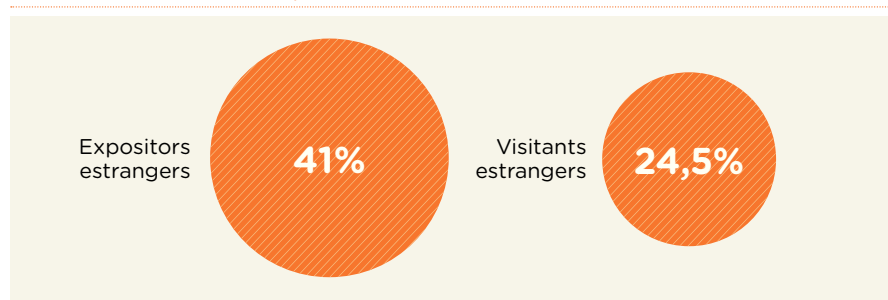
Gran afluència de visitants al recinte de Gran Via durant el saló Alimentaria.

la promoció de les oportunitats de negoci i l'aportació econòmica a la ciutat i el seu entorn. L'impacte del conjunt dels salons i els esdeveniments celebrats als recintes de Montjuïc i Gran Via s'ha valorat en uns 2.500 milions d'euros.

Els esforços de Fira de Barcelona per oferir respostes a la crisi, dinamitzar l'economia i contribuir al benestar han tingut un ampli suport institucional, social i mediàtic.

Més enllà de les respostes puntuals, la institució va treballar, al llarg del 2010, per articular una resposta estratègica a la crisi i als canvis que ha provocat – la “nova proposta de valor” – que posa l'accent sobretot en la potenciació dels salons, la innovació, la dimensió internacional i el servei als clients.

INTERNACIONALITAT / SALONS PROFESSIONALS



La nova proposta de valor

Aquesta “nova proposta de valor” és, en síntesi, l'adaptació del Pla estratègic 2006-2015 als nous requeriments del mercat firal per abordar nous projectes que permetin avançar-se als reptes de futur amb creativitat, rapidesa i lideratge.

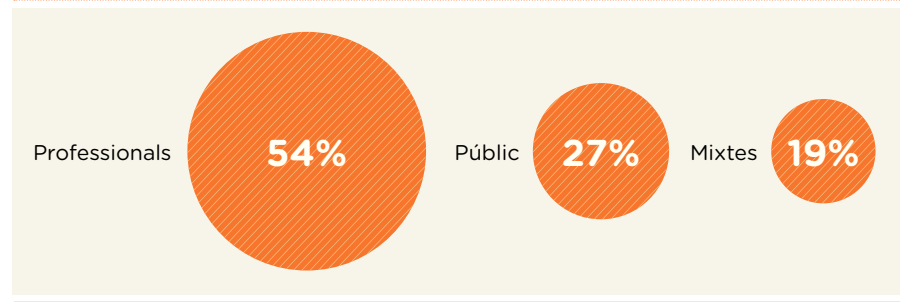
De manera resumida, es pot dir que es basa en l'enfortiment dels salons propis i en un nou model d'atenció personalitzada mitjançant l'aprofitament a fons de les possibilitats de la tecnologia i del marketing relacional amb eines com el “*business match*” per afavorir el contacte entre expositors i visitants, donar impuls a la figura del comprador i als programes de compradors convidats (*hosted buyers program*).

La “nova proposta de valor” –que ha comportat la reestructuració de l'organigrama executiu de l'entitat– aposta, igualment, pels nous sectors estratègics i per potenciar el paper dels grans salons referents com a “cimeres sectorials”, espais de coneixement en què cada sector reflexiona i assenjala tendències i noves propostes.



Recinte de Montjuïc. Mobile World Congress.

TIPUS DE SALONS



En coherència amb la política duta a terme per Fira, sobretot els darrers anys, el desenvolupament del negoci internacional en constitueix un dels grans fils conductors.

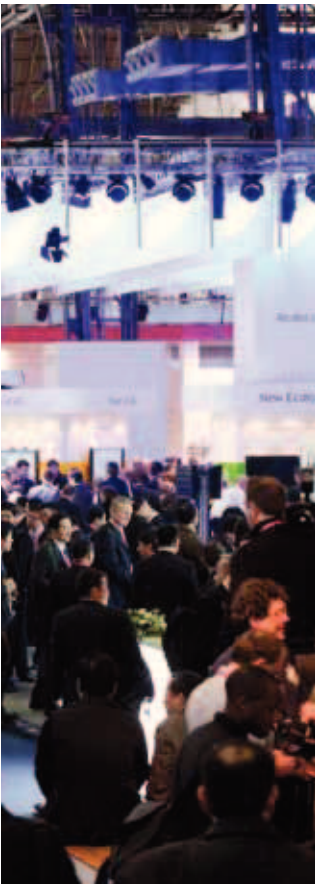
Aquest concepte de negoci internacional, però, entra en una nova fase que consisteix a desenvolupar noves oportunitats a l'exterior, especialment a l'Àsia i l'Amèrica Llatina, centrades bàsicament a potenciar la participació d'expositors de salons de Fira en certàmens d'altres països; realitzar a l'exterior alguns dels salons que se celebren a Barcelona, i vendre serveis, tecnologia, gestió i assessorament a altres organitzadors o recintes.

S'ha dut a terme un intens treball d'anàlisi de les necessitats que tenen els mercats en procés de creixement i de les aportacions que hi poden fer les empreses catalanes i espanyoles. Inicialment, les propostes "d'exportar" salons s'orienten bàsicament als sectors d'hostaleria i alimentació, piscina i aigua, i construcció.

En el moment de tancar l'edició d'aquesta memòria s'ha anunciat l'organització de Construmat China per al juliol del 2012 juntament amb la Divisió de Materials de la Construcció del Consell Xinès per a la Promoció del Comerç Internacional (CCPIT-BM, de la sigla en anglès). Aquest certamen posarà l'accent en la qualitat i la sostenibilitat, se celebrarà a Pequín i espera acollir uns 200 expositors. Fira s'encarregarà de promoure que hi siguin presents expositors internacionals, entre ells els espanyols, i d'organitzar un seminari sobre qualitat i sostenibilitat.

Fira de Barcelona va tancar l'any 2010 amb una rellevant activitat internacional: té representació a 36 països d'arreu del món i disposa del 41% d'expositors estrangers als salons professionals i del 25% de visitants també de fora.

La participació als salons és per a les petites i mitjanes empreses i emprenedors una oportunitat per entrar en contacte amb el mercat exterior a preus assequibles, aspecte que adquireix una significació especial quan la sortida de les empreses a l'exterior, l'exportació de productes o serveis pot compensar la caiguda i la debilitat del mercat interior.





Estand d'Avalis al saló Hostelco.

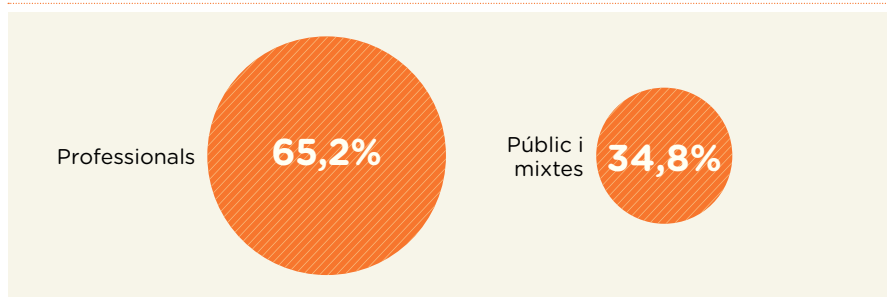
Política comercial

El procés d'implantació de la “nova proposta de valor” és dinàmic; així, moltes de les actuacions desplegades durant el 2010 ja estan en línia amb els objectius estratègics renovats.

Al llarg de l'any, la institució firal barcelonina va potenciar la seva àrea comercial per tal de fer possible la participació de més empreses als salons. Es van fer més de 3.600 visites a clients i es van reforçar encara més les relacions amb les associacions professionals i patronals que actuen en l'àmbit dels salons, més de 400.

En la mateixa línia de promoure l'activitat i les possibilitats de negoci, va prosseguir la seva política d'afavorir el finançament de béns adquirits durant la celebració dels salons facilitant l'acord amb les entitats bancàries i els organismes crediticis.

SUPERFÍCIE OCUPADA PELS SALONS



Salons i activitat

Durant el 2010 es van celebrar 57 salons i esdeveniments, la major part adaptats a les necessitats del moment, i que en general van resistir bé la crisi i van contribuir a dinamitzar l'activitat econòmica. Destaquen convocatòries de gran ressò com Alimentaria, EIBTM, Mobile World Congress, Saló del Còmic, Saló Nàutic, Saló Internacional de la Logística, The Brandery, Turisme, Barcelona Bridal Week, Cosmobelleza, Bizbarcelona, Liber i Hostelco, entre d'altres. En total, es van atreure més de dos milions de visitants.

En l'àmbit congressual cal assenyalar, sobretot, cinc grans convocatòries internacionals: els congressos europeus d'hematologia, respiració, urologia, toxicologia i veterinària, que van aplegar més de 42.000 professionals. Continua així la política d'atreure grans salons mèdics i sanitaris, en consonància també amb el pes de Barcelona en el camp de les ciències de la salut. Durant el 2010 es va anunciar una nova convocatòria del Congrés Europeu de Cardiologia que tindrà lloc l'estiu del 2014 al recinte de Gran Via.



Recinte de Montjuïc. The Brandery



Recinte de Gran Via. EIBTM

No podem deixar d'esmentar, en repassar l'exercici, la celebració del Congrés de Rehabilitació, organitzat pel Col·legi d'Aparelladors de Barcelona amb el suport del Saló Construmat, que va incidir en la necessitat de dibuixar alternatives a l'activitat en el camp de la construcció.

A més de tots els salons i grans reunions congressuals, es van dur a terme als diferents recintes i espais de Fira més de 70 activitats diverses –corporatives, presentacions de productes, socials, esportives, polítiques i institucionals–, així com una intensa activitat publicitària.

D'altra banda, en el marc dels salons van tenir lloc més de 400 congressos, jornades, seminaris i activitats de formació, culturals i de divulgació que reforcen la seva importància com a àmbits de transmissió de coneixement. Com s'ha assenyalat, Fira promou que els salons esdevinguin progressivament les trobades sectorials per excel·lència basades en la triple dimensió del negoci, el coneixement i el foment de la cultura empresarial.



Plataforma internacional, àmbit d'innovació

D'una manera indissociable a la promoció a l'exterior, cal destacar la voluntat de la institució de continuar consolidant-se com una de les millors plataformes europees per celebrar grans trobades internacionals, reforçant la potència mútua de la marca de Barcelona i de Fira. La celebració de grans esdeveniments permet a les empreses i els emprenedors relacionar-se amb altres companyies i visitants internacionals, la qual cosa genera contactes comercials, negoci i intercanvi de coneixement.

Al llarg del 2010 es va treballar intensament per preparar i presentar la candidatura de Barcelona a continuar celebrant el Mobile World Congress i convertir-se en Mobile World Capital després del procés iniciat per GSM Association, l'organitzadora de l'esdeveniment. Barcelona, que acull el Mobile World Congress des del 2006, aspira a ser, en els propers anys, capital permanent de les comunicacions mòbils, articulada al voltant de tres eixos: un gran centre tecnològic, un festival cultural i el congrés anual pròpiament dit.

A més de la implicació de Fira, la candidatura de Barcelona -en competició amb Milà, Munic i París- ha estat impulsada per les administracions i institucions: Ajuntament, Generalitat, Ministeri d'Indústria, Cambra de Comerç i Turisme de Barcelona i ha comptat amb el suport de grans empreses, escoles de negocis i experts.

*La celebració de grans
esdeveniments fomenta
la relació d'empreses
i emprenedors amb
companyies i visitants
internacionals, afavorint
contactes comercials,
negoci i intercanvi de
coneixement*



Montjuïc

Fira ha continuat treballant intensament en el camp de la innovació amb la creació de nous salons i productes firals en resposta a la demanda de les empreses i de la societat, en línia amb l'impuls d'una economia basada en el coneixement i en els productes amb valor afegit.

Cal destacar especialment durant el 2010 la celebració de HiT Barcelona, emmarcat en el Bizbarcelona, que inclou diverses iniciatives relacionades amb l'emprenedoria, la innovació i el talent, i de The Brandery, saló de moda urbana i contemporània centrat en el paper i la importància de les marques i que posa en valor el posicionament de Barcelona en el camp de la moda i la creativitat.

Durant l'exercici que comentem es va posar a punt el disseny de nous salons que tenen lloc per primera vegada aquest 2011 i el proper 2012, com ara FM&BS (Facility Management and Business Service), dedicat a l'*outsourcing* o externalització dels serveis, i Expomóvil Comercial, saló especialitzat en recanvis, accessoris, equips i postvenda de l'automòbil. També es va treballar en la nova orientació d'Ecocity, que es reconverteix en Eco & Smartcity Expo, centrat en l'aplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació als serveis urbans i en el marc del que es coneix com a "ciutats intel·ligents".



Recinte de Gran Via.

Nous pavellons a Gran Via

Així mateix, es va treballar intensament en la preparació de l'ITMA (International Textile Machinery Association), la fira més important del món sobre tecnologia tèxtil, que se celebra al setembre del 2011 i ocupa tot el recinte de Gran Via. En aquest sentit, cal recordar que durant el 2010 van progressar de manera important els treballs de construcció dels dos darrers pavellons del recinte, que afegeixen 40.000 metres quadrats a la seva superfície. Amb l'acabament d'aquests nous espais expositius a la primavera del 2011, el recinte de Gran Via passa a tenir 240.000 m² expositius bruts, i el conjunt de Fira de Barcelona, amb el recinte de Montjuïc inclòs, més de 400.000 m².

Un dels aspectes de la innovació empesa per Fira té a veure amb l'impuls de les noves tecnologies al servei dels expositors i dels visitants. Els webs institucional i dels salons van rebre durant el 2010 més de 12 milions de visites, a les quals caldria afegir les que van fer els organitzadors externs. Així mateix, es va incrementar d'una manera substancial l'ús de l'*e-commerce* per part dels clients de la institució firal i es va fer un nou pas en la utilització de les xarxes socials, vinculades sobretot als salons destinats al gran públic, en els quals es marquen tendències relacionades amb les modes i el consum.



Vista aèria del recinte de Gran Via amb els dos nous pavellons ja construïts.

És especialment remarcable que, entre els anys 2009 i 2010, es va fer un considerable esforç d'inversió en tecnologies de la informació i la comunicació (TIC). Són les tecnologies que marquen un present i un futur, i que també focalitzen la importància especial de la sostenibilitat i el respecte pel medi ambient. En aquest sentit, la institució firal ha continuat treballant sense treva per afavorir el reciclatge, minimitzar els impactes mediambientals dels grans esdeveniments i promoure l'estalvi energètic i l'eficiència de les seves instal·lacions.

Delegacions Internacionals

Alemanya

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen, Alemanya
Tel. 49 7071 365 595
Fax. 49 7071 365 596
germany@firabcn.es

Algèria

Bcn Promotions
Jessica Abdoulaoui
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 París, França
Tel. 33 1 47 07 29 39
Fax. 33 1 47 07 32 10
algeria@firabcn.es

Argentina

Analia Wlazio
Tucumán, 1625 - 2º A
1050 Capital Federal - Buenos Aires
Argentina
Tel. 00 54 11 43723519
Fax. 00 54 11 43710083
argentina@firabcn.es

Àustria

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse, 8
72072 Tübingen, Alemanya
Tel. 49 7071 365 595
Fax. 49 7071 365 596
austria@firabcn.es

Bèlgica

Koraal Consulting
Micole Smits
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
The Netherlands
Tel. 31 46 400 04 46
Fax. 31 46 458 56 35
belgium@firabcn.es

Brasil

CNBE S.L.
Jordi Solé
Francisco Orjales
Rua Augusta, 2862. Sala 3 - Jardins
01412-100 São Paulo, Brasil
Tel. 55 11 3063 1067
Fax. 55 11 3062 9725
brazil@firabcn.es

França

Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 París, França
Tel. 33 1 47 07 29 39
Fax. 33 1 47 07 32 10
france@firabcn.es

Holanda

Koraal Consulting
Micole Smits
Heerlenerweg 10
6132 CM Sittard
The Netherlands
Tel. 31 46 400 04 46
Fax. 31 46 458 56 35
holland@firabcn.es

Hong Kong

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., N° 255, Yen Chi Street
Taipei-106, Taiwan
Tel. 886 2 2708 0927
Fax. 886 2 2701 0627
hongkong@firabcn.es

Índia

Comnet Exhibitions PVT. LTD.
Yogita Kackar
217-B (2nd Floor) Okhla Industrial Estate
Phase III - Nova Delhi - 110020, Índia
Tel. 91 11 4279 5000
Fax. 91 11 4279 5098 / 99
india@firabcn.es

Iran

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
iran@firabcn.es

Irlanda

Expandys Limited
Emmanuel Bisi
Winchester House, 259-269
Old Marylebone Road - Suite 2.02,
Londres - NW1 5RA
Regne Unit
Tel. 44 2077 238327
Fax. 44 2071 704125
ireland@firabcn.es

Israel

Tavor Economic Consultants LTD
Sergio Vinitsky
Corex House, 10 Zarchin St.
C.P. 3030 Raanana 43662, Israel
Tel. 972 9 777 68 08 / 09 / 00
Fax. 972 9 777 68 05
israel@firabcn.es

Itàlia

Expo Consulting
Marco Barozzi
Via Brugnoli 8
40122 Bolonya, Itàlia
Tel. 39 051 649 31 89
Fax. 39 051 649 32 42
italy@firabcn.es

Jordània

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
jordan@firabcn.es

Líban

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
lebanon@firabcn.es

Luxemburg

Koraal Consulting
Micole Smits
Heerleenerweg 10
6132 CM Sittard
The Netherlands
Tel. 31 46 400 04 46
Fax. 31 46 458 56 35
luxembourg@firabcn.es

Marroc

Bcn Promotions
Jessica Abdoulaoui
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 París, França
Tel. 33 1 47 07 29 39
Fax. 33 1 47 07 32 10
morocco@firabcn.es

Mèxic

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Of. 906
Providencia- Santiago de Xile, Xile
Tel. 56 2 657 24 37
Fax. 56 2 657 24 36
mexico@firabcn.es

Països del Golf: Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Aràbia Saudita, Emirats Àrabs Units (U.A.E)

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
gcccountries@firabcn.es

Portugal

Expotec
João Aguas
C.P: 32 - P- 2894-909 Alcochete
Portugal
Tel. 351 212 348 016
Fax. 351 212 342 776
portugal@firabcn.es

Regne Unit

Expandys Limited
Emmanuel Bisi
Winchester House, 259-269 Old
Marylebone Road
Suite 2.02, Londres NW1 5RA
Regne Unit
Tel. 44 2077 238327
Fax. 44 2071 704125
unitedkingdom@firabcn.es

Rússia

Mercados Exteriores Consulting & Events
José Montoro
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscou, Rússia
Tel: 7 495 642 46 90
Fax: 7 495 637 37 93
russia@firabcn.es

Síria

FBS Feed Back Services
Enrique Urrutia
C.P. 450316, Dubai - U.A.E.
Tel. 971 50 802 65 73
syria@firabcn.es

Suïssa

Messe Barcelona
Matthias Poensgen
Albrechtstrasse 8
72072 Tübingen, Alemanya
Tel. 49 7071 365 595
Fax. 49 7071 365 596
switzerland@firabcn.es

Taiwan

Fairs communications int'l Co., LTD
Simon Yu
5 Fl., N° 255, Yen Chi Street
Taipei -106, Taiwan
Tel. 886 2 2708 0927
Fax. 886 2 2701 0627
taiwan@firabcn.es

Tunísia

Bcn Promotions
Jessica Abdoulaoui
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
75005 París, França
Tel. 33 1 47 07 29 39
Fax. 33 1 47 07 32 10
tunisia@firabcn.es

Turquia

Senexpo, Uluslararası Fuarçılık A.S.
Metin Ciplak
Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengü Caddesi n°
103
D.1 Sisli - Istanbul, Turquia
Tel. 90 212 224 68 78
Fax. 90 212 224 85 58
turkey@firabcn.es

Ucraïna i Comunitat d'Estats Independents (CEI)

Mercados Exteriores Consulting & Events
José Montoro
Gogolevskiy Bulevar, 17, oficina 508
119019 Moscou, Rússia
Tel: 7 495 642 46 90
Fax: 7 495 637 37 93
ukraine@firabcn.es

Xile

Osvaldo Cabrera
Luis Thayer Ojeda 0191, Of. 906
Providencia - Santiago de Xile, Xile
Tel. 56 2 657 24 37
Fax. 56 2 657 24 36
chile@firabcn.es

Xina

Noe China
Lisa Qu Lengyuan
Rm. 616, JuAn Mansion, N° 211 Urumchi
(N.) Rd.,
JingAn Distr., 200040 Shanghai, Xina
Tel. 86 21 516 96889
Fax. 86 21 510 79779
china@firabcn.es



Salons i congressos

FIRA DE BARCELONA
Memòria 2010

Presidents de salons

ALIMENTARIA

Josep Lluís Bonet i Ferrer

AUTOMÒBIL

Enrique Lacalle Coll

AVANTE

Santiago Moreno

**BARCELONA MEETING
POINT**

Enrique Lacalle i Coll

BCN RAIL

Xavier Vizcaino Muñoz

BIZBARCELONA

Jordi William Carnes i Ayats

BTA

Llucià Casellas i Puig

CARAVANING

Ramon Nuez Pérez

COSTRUMAT

Josep Miarnau Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

EQUIPLAST

Vicenç Mateu i Ortiz

EUROSURFAS

José Luis Diloy i Barrio

EXPOMINER

Eudald Carbonell i Roura

EXPOQUÍMIA

Rafael Foguet i Ambrós

EXPOECOSALUD

Jordi Sagrera i Ferrándiz

EXPOMÓVIL COMERCIAL

Antoni Marsal i Fábregas

**FM&BS (MANAGEMENT
& BUSINESS SERVICES
WORLD SUMMIT)**

Enric Alonso i Llorente

GLOBALGEO

Lluís Sanz i Marco

GRAPHISPAG

Miquel Heredia i Lafita

GRAPHISPAG DIGITAL

Rafael Farrés i Ferrer
Jesús Garre i Lacalle

HISPACK

Javier Riera-Marsà i Bonmatí

HOSTELCO

Jordi Roure i Boada

INFARMA

Jordi de Dalmases i Balañà

INFÀNCIA

Judit Mascó i Palau

INSTALMAT

Pere Miquel Guiu i Vidal

LIBER

Pedro de Andrés

MAQUITEC

Josep Morell i Miró

**SETMANA INTERNACIONAL
DE L'ANIMAL DE
COMPANYIA**

Paolo Ongari

NÀUTIC

Luis Conde Möller

NOVIAESPAÑA

Francesc Flaqué i Fontanals

OCASIÓN

Jaume Roura i Calls

PISCINA

Eloi Planes i Corts

**SIL - SALÓ INTERNACIONAL
DE LA LOGÍSTICA**

Enrique Lacalle Coll

SMART CITY EXPO

Ramon Roca i Enrich

**SONIMAGFOTO &
MULTIMEDIA**

Enric Galve

TURISME - SITC

Raimon Martínez Fraile



Alimentaria

Saló Internacional de l'Alimentació
i Begudes

22-26/03

Montjuïc. 18a edició

Alimentaria, certamen espanyol de referència i una de les tres fires alimentàries més importants del món, va tancar l'edició del 2010 amb resultats molt satisfactoris. El nombre de visitants, 140.500, va augmentar el 8% sobre el que estava previst i l'alt nivell d'internacionalitat va ser una de les característiques del certamen: el 25% dels visitants procedia de 155 països i prop de les 4.000 empreses expositores, entre firmes directes i representades, venien de 75 països, la qual cosa el confirma com una cita imprescindible a escala mundial.

Cal subratllar que Alimentaria 2010 va ser una plataforma d'internacionalització per a milers d'empreses espanyoles agroalimentàries que tenen el saló com a principal via de promoció exterior. Es van organitzar més de 8.000 reunions entre firmes

Superfície: 168.800 m²

Expositors: 3.936

Caràcter: professional

Activitats: demostracions, exposicions, fòrums i congressos, trobades empresarials

Organitzat per Alimentaria Exhibitions, joint venture entre Fira de Barcelona y Reed Exhibitions

del país i distribuïdors internacionals patrocinades per la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas, l'Instituto Español de Comercio Exterior i ACCIÓ de la Generalitat, amb la col·laboració d'altres institucions del sector.

Aquesta vegada, el Fòrum Internacional de l'Alimentació va fer públic l'estudi inèdit elaborat per la consultora Synovate "¿Què espera avui el consumidor de les marques? El rol del fabricant com a gestor de marca". El Fòrum, que se celebra en el marc d'Alimentaria des del 2002, pretén aprofundir en els aspectes relacionats amb els hàbits de consum, els públics emergents, la comunicació amb els consumidors, etc. Segons l'estudi, la marca és bandera d'una internacionalització necessària de la indústria agroalimentària espanyola.



El Congrés Internacional de la Dieta Mediterrània va oferir diverses ponències sobre els principals aliments que componen aquesta dieta, com ha evolucionat i quin n'és l'estat actual.

Per la seva banda, el 4t congrés de gastronomia BCNVanguardia, una altra activitat característica del saló, va estar marcat en aquesta edició per l'experimentació davant el públic professional. "Experimenta" donava nom a la iniciativa en què totes les ponències s'acompanyaven de tasts en directe.

Els assistents van poder tastar les sofisticades elaboracions dels xefs i van conèixer de primera mà l'anunci, fet per Ferran Adrià, de l'acord de col·laboració entre la Fundació Àlicia i la Universitat de Harvard per tal que diversos cuiners catalans imparteixin classes al campus nord-americà.

Com és habitual, Alimentaria també va actuar com a gran aparador de tendències i novetats. Des del vi sense alcohol fins al formatge de xocolata passant pels cafès verds antioxidants: una oferta original i àmplia de productes que les empreses exposadores aprofiten per llançar coincidint amb la celebració del saló.

En aquesta línia, Innoval 2010 es va consolidar a la setena edició com l'observatori internacional de l'R+D+i en alimentació. Concebut com a clús-

ter d'idees, Innoval 2010 va mostrar a expositors, compradors i mitjans de comunicació centenars de productes innovadors i va lliurar els seus premis.





Antiquaris BCN

Saló d'Art Antic i
Modern de Barcelona

16-24/10

Montjuïc. 34a edició

Sis mil anys d'història materialitzats en 15.000 obres d'art a la disposició de col·leccionistes i curiosos. Aquesta és l'oferta que la nova edició d'Antiquaris Barcelona va presentar als seus visitants el 2010, que va significar, a més, l'inici d'una nova etapa en la qual el saló va aplegar les dues grans cites del sector a Catalunya: Antiquaris Barcelona i el Saló d'Art de les Reials Drassanes. Per això, l'esdeveniment es va convertir en punt de trobada ineludible per a professionals, col·leccionistes i públic apassionat per les obres d'art clàssiques i contemporànies.

El saló va exhibir peces de tots els segles, tendències artístiques i diferents segments de preus, incloent-hi un àmbit que amb el nom "Espai del

Superfície: 5.000 m²

Expositors: 49

Caràcter: professional i públic

Activitats: "Espai del diseg"

Organitzat per Flaqué Internacional.

diseg" va oferir la possibilitat d'adquirir obres de qualitat a preus per sota dels 3.000 euros, amb l'objectiu de seduir joves amants de l'art disposats a començar una col·lecció.

La mostra va incloure pintures, gravats, litografies, dibuixos, escultures, alta joieria, tapissos, mobiliari de diferents èpoques i estils, art africà i peces arqueològiques dignes de qualsevol museu. Entre aquestes últimes van destacar escultures del temps de l'imperi romà, terracotes imperials de la daurada època cultural xinesa de la dinastia Tang i una estela de l'antic regne de Sabà de finals del primer mil·lenni abans de Crist. La pintura i l'escultura contemporànies van estar representades per creacions de Picasso, Dalí, Barceló, Miró, Plensa i Tàpies.



Auto Retro Barcelona

Exposició de Cotxes i
Motocicletes de Col·lecció

04-08/12

Montjuïc. 27a edició

Auto Retro 2010 es va confirmar com una de les edicions més dinàmiques dels últims anys en registrar unes xifres significatives, amb la presència de 300 expositors de vuit nacionalitats i gairebé 600 vehicles exposats. Així doncs, el saló internacional de l'automòbil, la motocicleta, l'aviació i la nàutica clàssica va reafirmar la seva condició de certamen líder de la seva especialitat al sud d'Europa.

Una de les activitats que va tenir més èxit va ser la concentració organitzada per Rally Classics, en què van participar prop de 200 vehicles, exposats a l'avinguda de la Reina Maria Cristina, que van circular per l'antic circuit de Montjuïc, que havia estat un dels més importants d'Europa. Així mateix, una pista d'slots de grans dimensions va permetre repro-

Superfície: 30.850 m²

Expositors: 300

Caràcter: públic

Activitats: exhibició de cotxes clàssics, homenatges, concentracions.

Organitzat per Promobil Group SCP.

duir el mític traçat pel qual van rodar reproduccions d'automòbils de competició històrics. També es va homenatjar el veterà pilot Juan Fernández, màxim representant de l'Escuderia Montjuïc.

La mostra central d'aquesta edició va estar dedicada al centenari d'Alfa Romeo, amb l'exhibició de 14 dels models més emblemàtics de la firma. També hi van destacar el concurs de reparació del SEAT 600, l'exposició de 20 motocicletes de la marca catalana Sanglas i la dedicada al fabricant barceloní de monoplaques Selex, amb motiu del 50è aniversari.

La compravenda de recanvis i accessoris, juntament amb el Car Corral, un espai on es van exposar automòbils clàssics que surten a la venda, van completar l'oferta del certamen.



Avante

Saló per a l'Autonomia Personal
i la Qualitat de Vida

02-04/06

Gran Via. 2a edició

A la segona edició, Avante es va consolidar com a trobada de referència per a les solucions que permeten millorar l'autonomia i la qualitat de vida de les persones en situació de discapacitat i dependència.

El saló va exhibir a l'àrea R+D+i prototips i projectes nacionals i europeus, com ara sistemes de teleassistència, biosensors col·locats a la roba per controlar les constants vitals del pacient i dispositius que permeten llegir els codis de barres dels medicaments a través d'un mòbil.

També es van presentar nous productes i serveis ja disponibles al mercat per afavorir l'autonomia, la salut, la mobilitat i l'oci: l'exposició Hogar Avante va recrear una casa totalment adaptada a infants i adults amb discapacitat o dependència que incorporava sistemes per obrir la porta amb l'iris dels

Superfície: 12.600 m²

Expositors: 73

Caràcter: professional i públic

Activitats: Àrea R+D+i, exposició Hogar Avante, conferències, trobades empresarials i tallers

Organitzat per Fira de Barcelona. (*)

(*) Quan no s'indica el contrari, els salons han estat organitzats per Fira de Barcelona.

ulls, ordinadors integrats a les cadires de rodes i joguines i mobles regulables. Altres novetats van ser automòbils que es poden conduir amb un *joystick* i oferta turística i esportiva per a persones amb mobilitat reduïda.

Hi van destacar, a més, les jornades organitzades amb la participació de gairebé un miler d'especialistes de 23 països centrades en els futurs recursos assistencials i sanitaris, i en la promoció de l'envelliment saludable gràcies a l'ús de les noves tecnologies.

Amb motiu de la presidència espanyola de la Unió Europea, es va reunir a Avante l'assemblea general de l'associació AAL, que gestiona projectes tecnològics desenvolupats a Europa per millorar la qualitat de vida de la gent gran.



080 Barcelona Fashion

26-29/01 - 13-15/07

Montjuïc. 5a i 6a edicions

Les dues edicions de 080 Barcelona Fashion, celebrades al gener i al juliol del 2010, van confirmar el posicionament del saló com a plataforma per promocionar la moda d'avantguarda a escala internacional.

Un dels seus atractius principals va ser una altra vegada la passarel·la, que va acollir, a totes dues convocatòries, la presentació de les últimes col·leccions de 18 dissenyadors, tant emergents com consagrats, entre els quals van destacar Celia Vela, Miriam Ponsa, Josep Abril, Cardona Bonache, Bibian Blue, Tim Hamilton i Yiorgos Eleftheriades. A més de les desfilades, més de 50 creadors van participar en el *showroom* de 080 per mostrar-hi els seus dissenys i entrar en contacte directe professionals i compradors.

Superfície: 11.000 m²

Expositors: 50 gener / 53 juliol

Caràcter: professional

Activitats: desfilades, premi 080 Barcelona Fashion i actuacions musicals en directe

Organitzat pel Departament d'Innovació, Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya.

L'any 2010, el saló va apostar per la moda masculina i es va dividir per primera vegada el premi 080 Barcelona en dues categories: millor col·lecció d'home i de dona. Els guardonats van ser: Jan Iú Més, Karlotalaspalas, Miriam Ponsa, Manuel Bolaño i Juan Antonio Ávalos.

L'edició del gener va coincidir, a més, en dates i recinte amb el saló de moda urbana The Brandery, cosa que va permetre sumar sinèrgies i convertir Barcelona en la capital de la moda.

Una altra novetat va ser la participació dels dissenyadors de 080 en els premis Gaudí de Cinema, en què van vestir els protagonistes d'aquesta gala amb el doble objectiu de promocionar la indústria cinematogràfica i la moda catalanes.



Barcelona Meeting Point

20-22/10

14a edició

Barcelona Meeting Point (BMP) va tornar a ser el 2010 la cita immobiliària de referència a Espanya i una de les més importants d'Europa. Amb la participació de 200 expositors de 18 països, el saló va superar les previsions inicials.

Durant tres dies, va mostrar les noves oportunitats d'inversió, una àmplia varietat de productes amb descomptes especials i les últimes tendències del sector immobiliari, a més de promoure nous contactes i generar negoci.

Com en anys anteriors, l'oferta comercial i d'activitats es va dividir en els formats habituals: el saló professional, el dedicat al gran públic i el Symposium, un gran fòrum de debat sobre les oportunitats

Superfície: 24.600 m²

Expositors: 200

Caràcter: professional i públic

Activitats: conferències, jornades i premis

Organitzat pel Consorci de la Zona Franca de Barcelona.

i els reptes del sector que va aplegar més de 80 ponents a 25 sessions, entre les quals va destacar la II Conferència Euro-Àrab d'Inversió Immobiliària, organitzada amb la col·laboració de l'Urban Land Institute. La presència i participació de diferents organitzacions i associacions internacionals, així com d'escoles de negoci és un dels seus trets característics.

Un any més, BMP va apostar per la internacionalització, amb la presència del 40% d'expositors estrangers, i va rebre la visita d'empresaris i professionals de 39 països, sobretot de Rússia, l'Amèrica Llatina, el centre i l'est d'Europa i l'Orient Mitjà. A l'edició del 2010 també van participar per primera vegada 20 parcs científics i tecnològics espanyols.



BCN Bridal Week Noviaespaña / Passarel·la Gaudí Núvies

18-23/05

Gran Via. 20a edició

En el seu vintè aniversari, BCN Bridal Week va reafirmar una sòlida posició com a aparador internacional de la moda nupcial. La cita barcelonina, en la qual es van aplegar pràcticament totes les empreses nacionals del sector, va mostrar un any més una bona trajectòria i va acollir 235 marques, el 2% més que en l'edició anterior.

La presència estrangera va tornar a ser molt destacada, amb un augment del 8%. El 60% dels visitants procedia de 50 països diferents, sobretot dels Estats Units, que per primera vegada van liderar el rànquing.

Per la seva banda, al Saló Internacional Noviaespaña, les marques van mostrar els seus dissenys de vestits de núvia, propostes per a tota mena de

Superfície: 30.000 m²

Expositors: 235 marques

Caràcter: professional

Activitats: desfilades

Organitzat per Flaqué Internacional.

complements nupcials i vestits de festa. La participació estrangera també va ser molt destacada, amb el 40% de marques internacionals procedents d'Alemanya, Bèlgica, Xipre, França, Holanda, Anglaterra, el Líban, Portugal, Turquia i Corea del Sud, a més d'Espanya, que en el camp de la moda nupcial té un paper molt rellevant.

A la Passarel·la Gaudí Núvies es van presentar les col·leccions de 29 dissenyadors nacionals i internacionals. Gairebé 14.000 espectadors van admirar els últims models de Pronovias, Rosa Clará i Jesús del Pozo, entre els més destacats. Aquesta vegada es van afegir a la mostra noves firmes com Cymbeline, Elisabeth Barboza by Pronuptia Paris, Juanjo Oliva i Lee Seung Jin.



Saló Internacional del Caravaning

09-17/10

Gran Via. 29a edició

La celebració de Caravaning va representar un veritable impuls per a un sector especialment afectat per la crisi. Durant l'esdeveniment es van vendre 364 caravanes i autocaravanes, cosa que va significar el 80% del total de vehicles que havien posat a la venda un centenar d'expositors. En només nou jornades es va comercialitzar el 7,5% del total de vehicles d'oci venuts durant tot el 2009 a Espanya (4.796), segons dades de l'European Caravan Federation.

Un públic molt nombrós va visitar el saló, consolidat com la cita nacional i del sud d'Europa més gran. Caravaning destaca com a esdeveniment familiar, ja que és el que té més presència infantil després del tradicional Festival de la Infància.

Juntament amb l'exposició comercial, el Saló Internacional del Caravaning va presentar nom-

Superfície: 30.000 m²

Expositors: 100

Caràcter: professional i obert al públic

Activitats: XIV Trobada Professional d'Empresaris del Càmping i el Caravàning, concentració de caravanes i autocaravanes, activitats infantils

brosov al·licients. Hi va destacar FamParc, una àrea d'activitats lúdiques organitzada per la Diputació de Barcelona en què centenars de famílies van poder gaudir d'una zona de jocs. Així mateix, es va habilitar un pàrquing que va acollir la VI Concentració de Caravanes i Autocaravanes, en la qual van participar 180 vehicles.

El saló va ser la seu de la XIV Trobada Professional d'Empresaris del Càmping i el Caravàning, en el marc de la qual es va celebrar el primer congrés conjunt de la Federación Española de Empresarios de Camping (FEEC) i l'Asociación Española de Comercio del Caravaning (Aseicar). En aquesta cimera sectorial es va posar de manifest la necessitat que tots dos sectors aprofitin les sinergies existents per impulsar la seva imatge de marca.



Saló Internacional del Còmic de Barcelona

06-09/05

Montjuïc. 28a edició

El món de la historieta gràfica ha demostrat que continua en plena forma després de l'èxit de la nova edició del Saló Internacional del Còmic, que va aplegar visitants procedents de sis països diferents. Gairebé 150 expositors van mostrar les novetats d'un àmbit cultural que gaudeix d'una gran popularitat, té capacitat d'influència entre tots els públics i es renova constantment.

En aquest sentit, el saló va reflectir els llaços cada vegada més estrets entre el còmic i la indústria audiovisual. La visita de Sam Lake, guionista del videojoc *Alan Wake*, i la de l'actor Óscar Jaenada, que promocionava el film del qual és protagonista, *Los perdedores*, van ser una bona mostra d'aquesta convergència de la vinyeta i la imatge en moviment. Els originals d'aquest còmic portat al cinema es van exhibir al costat dels de *Jonah Hex* i *Iron Man 2*.

Superfície: 19.000 m²

Expositors: 147

Caràcter: públic

Activitats: exposicions, premis, taules rodones, trobades sectorials, tallers

Organitzat per Ficomic.

L'edició va destacar per les exposicions d'home-natge a còmics i creadors clàssics, sobretot una mostra dedicada al personatge *Corto Maltés*, l'apàtrida aventurer d'Hugo Pratt, amb originals de l'autor, i les centrades en el dibuixant Manuel Vázquez i *El Príncipe Valiente*, el còmic de Harold Foster.

La música va ser molt present al Saló del Còmic amb concerts diaris de grups com Sidonie i la participació del duo musical Estopa, que va presentar el còmic *Ultimate Estopa*.

No hi van faltar dibuixants prestigiosos com Jacques Tardi, Moebius, Charles Berberian i Jeff Smith. El saló va generar més de 400 trobades professionals entre autors espanyols i editors nacionals i internacionals.



Cosmobelleza & Wellness

Saló Internacional de Perruqueria, Estètica i Wellness

06-08/03

Gran Via. 16a edició

Internacionalització, formació i negoci són els tres eixos del saló Cosmobelleza & Wellness, un dels esdeveniments més importants en bellesa integral dins l'àmbit euromediterrani.

Les principals tendències i novetats del sector de la perruqueria, l'estètica i el *wellness* es van presentar un any més al saló amb la participació d'expositors d'Alemanya, Austràlia, Bèlgica, la Xina, Espanya, els Estats Units, França, Itàlia, Jordània, els Països Baixos, el Pakistan, Polònia, Portugal, el Regne Unit, la República Txeca, Taiwan, Turquia, Ucraïna i Veneçuela. El 15% dels professionals que van visitar Cosmobelleza procedien de 69 països d'arreu del món.

Per quart any consecutiu es van desenvolupar les Rondes de Negocis, una plataforma empresarial ideada per promoure aliances estratègiques entre

Superfície: 38.000 m²

Expositors: 316

Caràcter: professional

Activitats: jornades tècniques, aules de formació, congressos, concursos, rondes de negoci

Organitzat per Gestión de Cosmobelleza, S.L.

fabricants i empreses distribuïdores de productes de bellesa de diferents llocs del món. Més de 35 distribuïdores i prop de 70 fabricants van participar en aquesta activitat, durant la qual es van gestionar prop de 800 reunions amb l'objectiu de tancar negocis a mitjà i llarg termini.

Cosmobelleza & Wellness va esdevenir també el marc de nombroses activitats adreçades a professionals. Una de les més espectaculars va ser el Concurs de Maquillatge Corporal, que ja s'ha convertit en tota una tradició. Hi van destacar també els congressos d'estètica, de perruqueria, d'spa i wellness, la passarel·la Barcelona Hair Fashion, la celebració de nombroses aules taller i sales tècniques de perruqueria i estètica, i les Jornades Professionals de Termalismo i Wellness.



E-commretail

Saló Professional del Comerç
Electrònic i els Negocis Online

15-16/05

Montjuïc. 1a edició

El recinte de Montjuïc va acollir per primera vegada E-commretail, un saló que va néixer el 2009 amb la voluntat d'aglutinar les creixents possibilitats que Internet ofereix al món dels negocis. Malgrat que tot just està començant, el certamen s'ha convertit ja en un referent en la seva especialitat al sud d'Europa gràcies a un contingut innovador i útil.

Internet és un instrument fonamental per a les empreses, no tan sols com a eina quotidiana de treball i gestió, sinó, sobretot, com a mecanisme potent d'expansió. En aquest sentit, E-commretail va aplegar empreses amb serveis adreçats a altres companyies que operen a través d'Internet o que es volen posicionar a la xarxa. Prop de 6.500 visi-

Superfície: 3.600 m²

Expositors: 73

Caràcter: professional

Activitats: exposicions, conferències, fòrums i seminaris

Organitzat per Fopren.

tants professionals van poder accedir a les ofertes de tecnologia i serveis d'*e-commerce*, màrqueting digital, disseny de pàgines web i botigues en línia, logística aplicada a l'*e-commerce*, analítica web, *hosting*, mètodes de pagament, *social media*, *open sources* i reputació en línia, entre altres.

E-commretail també va oferir un espai dedicat a la formació i la divulgació. Els assistents van tenir a la seva disposició un ampli programa de conferències, fòrums, ponències i seminaris en els quals van participar més de 125 ponents nacionals i internacionals. L'alta valoració dels visitants, en acabar el certamen, va posar en relleu la triple dimensió de plataforma, àmbit de formació i punt de trobada per a contactes i negocis.



Dia de l'Emprenedor/ Saló Emprenedor

16-17/06

Montjuïc. 1a edició conjunta IX Dia de l'Emprenedor - I Saló Emprenedor

Amb la seva celebració a Fira de Barcelona, el Dia de l'Emprenedor va multiplicar les seves activitats formatives i de *networking* i gairebé va doblar el nombre de participants de l'edició anterior. Hi van assistir més d'11.300 persones amb idees de negoci i empreses ja constituïdes. Altres dades avalen l'èxit de l'edició: 18.500 relacions de negoci; més de 140 activitats i la participació de 124 entitats col·laboradores, 42 alts directius i *decision-makers*, i 341 ponents, experts i assessors.

Trobades sectorials, cites entre emprenedors, espais de treball i relació, agendes de reunions amb directius d'empreses públiques i privades, i entrevistes amb experts i assessors van ser algunes de les activitats del saló. Hi van tenir un ampli seguiment els més de 70 tallers, taules rodones i conferències

Superfície: 24.000 m²

Expositors: 82

Caràcter: públic i professional

Activitats: conferències i tallers; trobades sectorials de *networking*, cites entre emprenedors, agendes de reunions amb directius d'empreses públiques i privades, entrevistes amb experts i assessors i exposicions

sobre franquícies i adquisicions, finançament, acceleració empresarial, tendències i oportunitats de negoci, creació, gestió, màrqueting i vendes. Així mateix, es va potenciar la internacionalització, destacant una àrea de *business landing* per atreure emprenedors estrangers.

El Dia de l'Emprenedor el promouen l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, la Cambra de Comerç de Barcelona, "la Caixa", el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, i la Diputació. En són patrocinadors el Consorci de la Zona Franca, l'Institut de Crèdit Oficial (ICO), Google i Ernst & Young.

En aquest marc del Dia de l'Emprenedor, Fira de Barcelona va organitzar el I Saló Emprenedor per potenciar el vessant de negoci i va aplegar 82



expositors amb una àmplia oferta comercial per materialitzar idees i projectes i fer créixer les empreses. Hi van destacar els serveis d'assessorament legal, fiscal i laboral, les solucions tecnològiques per a la gestió empresarial i la comunicació i els negocis en línia. El saló va atreure també una vintena de marques franquiciadores, així com entitats financeres, consultores, asseguradores, institucions públiques i centres de formació.

Com a espais propis, el Saló Emprenedor va inaugurar l'Ofertòdrom per tal que els expositors hi expliquessin les seves propostes comercials i va ampliar el "Campament Base", la zona amb les empreses més joves –amb menys de cinc anys d'activitat–, i amb els finalistes i els guanyadors dels premis Barcelona Capital Emprenedora que anualment convoca l'Ajuntament de Barcelona.

Les empreses premiades van ser CFLabs, laboratori forense d'anàlisi de dispositius electrònics; Restalo.es, portal en línia de reserves en restaurants en temps real; SITmobile, creadors de plataformes d'enviament massiu de missatges SMS com a eina de màrqueting, i Intelligent Pharma, empresa biotecnològica d'eines computacionals per dissenyar fàrmacs.

Juntament amb HiT Barcelona, el Fòrum Tecnio i els premis Emprenedor XXI, el Saló i el Dia

de l'Emprenedor formen part de Bizbarcelona, la plataforma d'esdeveniments relacionats amb la innovació, l'emprenedoria i el creixement empresarial.





EIBTM

Saló Professional de la Indústria
de Viatges de Negocis, Congressos
i Incentius

30/11-02/12

Gran Via. 7a edició a Barcelona

Una de les cites més importants del món per als professionals dels esdeveniments i els viatges de negocis va celebrar una nova edició a Fira, la setena realitzada a Barcelona de manera consecutiva. El nombre de professionals va augmentar el 5% respecte del 2009 i hi va destacar l'auge dels "compradors convidats".

Els visitants d'EIBTM tenen el perfil d'executius responsables de l'organització de viatges de negoci, congressos, conferències, esdeveniments i viatges d'incentius. Destaquen les agències, associacions, grans empreses i organitzacions professionals de conferències que busquen al saló els productes, els serveis, les destinacions i les tendències més recents.

El nombre d'expositors també va augmentar: arribats de més de 90 països, hi van mostrar més

Superfície: 42.900 m²

Expositors: 3.125

Caràcter: professional

Activitats: seminaris, fòrums, trobades de negocis, premis

Organitzat per Reed Travel Exhibitions.

de 3.000 ofertes relacionades amb la indústria de les trobades professionals. EIBTM va actuar com a aparador d'avantguarda del sector i com a gran plataforma de negocis, i així, durant els tres dies del saló, compradors convidats i expositors van mantenir prop de 57.000 trobades comercials.

Juntament amb el desenvolupament tecnològic, la formació va ser un any més una de les grans apostes amb el ja consolidat Programa d'Educació Professional, amb prop de 60 seminaris, conferències i tallers.

Entre les iniciatives pròpies d'aquesta edició cal destacar el lliurament dels premis Stand i la posada en marxa d'EIBTM TV, un canal que transmetia en directe tots els actes que es feien al saló i que es podia seguir al web d'EIBTM.



Expoaviga Fòrum

Saló Internacional de la
Tecnologia Ramadera

08-10/06

Montjuïc. 19a edició

El Palau de Congressos de Barcelona va ser la seu de l'edició 2010 d'Expoaviga, que es va celebrar amb un format nou i un nom també nou, Expoaviga Fòrum, amb l'objectiu de convertir-se en àmbit de debat de la ramaderia espanyola.

La nova orientació del certamen va rebre el suport majoritari del sector i de les administracions públiques. Així, Elena Espinosa, llavors ministra de Medi Ambient i Medi Rural i Marí, va aplaudir a l'acte inaugural el "canvi de plantejament d'Expoaviga", ja que va dir que "el coneixement i la tecnologia són els camins que ha de seguir la ramaderia del nostre país per sortir de la crisi".

En el marc d'Expoaviga Fòrum es van celebrar més de 60 jornades tècniques en les quals van participar més de 3.200 congressistes i també hi va

Superfície: 5.500 m²

Expositors: 100

Caràcter: professional

Activitats: jornades Llotja de Cereals, congressos, seminaris, premis

haver una zona d'exposició comercial amb prop d'un centenar d'empreses i laboratoris veterinaris.

La celebració de la Llotja de Cereals, el lliurament dels premis a la innovació tecnològica al sector lacti i el II Congrés Espanyol de Gestió Integral de Dejeccions Ramaderes, en el marc d'Ecofarm, van completar el programa d'Expoaviga Fòrum.

Les principals associacions sectorials de la ramaderia espanyola van aprofitar la presència al certamen per expressar la seva inquietud pel nou marc normatiu que regirà a la Unió Europea a partir del 2013, quan entri en vigor la nova Llei de benestar animal, que exigirà una millora del tracte als animals a les explotacions ramaderes i una nova política agrària comuna (PAC), que tindrà una dotació pressupostària més petita.



Expohogar

Saló Internacional del Regal,
la Decoració i Articles per a la Llar

22-25/01

Gran Via. 41a edició

24-27/09

Montjuïc. 42a edició

Expohogar Primavera es va celebrar al recinte de Gran Via i va presentar totes les novetats en decoració, regal i articles per a la llar, bijuteria i complements de moda de la temporada primavera-estiu 2010. El ventall per a homes va ser el gran triomfador del certamen, juntament amb noves bosses i carrets de la compra amb colors i estampats atractius que s'estan reinventant amb la retirada progressiva de les bosses de plàstic de les botigues.

Per la seva banda, Expohogar Tardor va mostrar, en la tornada del saló al recinte de Montjuïc, els articles i les novetats de tardor-hivern 2010-2011. Es va posar de manifest la capacitat dels expositors d'adaptar-se a les noves demandes dels consumidors en presentar objectes més funcionals i respectuosos

Primavera

Superfície: 8.000 m²

Expositors: 100

Caràcter: professional

Tardor

Superfície: 10.000 m²

Expositors: 110

Caràcter: professional

amb el medi ambient. Així, s'hi van exhibir quadres de cartró que es transformen en cadires, punts de llibre amb efectes en 3D, paraigües amb formes aerodinàmiques per resistir el vent i noves propostes de decoració nadalenca com ara arbres amb llums LED.

Com és habitual, va participar en les dues edicions d'Expohogar el Centre d'Iniciatives per a la Reinserció (CIRE) de la Generalitat de Catalunya, que va presentar una àmplia gamma de productes fabricats als tallers de les presons catalanes per presos en procés de reinserció social.

Les dues edicions van reafirmar el paper d'Expohogar com a fira de referència per al petit i mitjà comerç, distribuïdors, interioristes, decoradors i majoristes de tot Catalunya i la seva zona d'influència.



Expominer

Saló de Minerals, Fòssils i Joieria

19-21/11

Montjuïc. 32a edició

El col·leccionisme de minerals i fòssils i la joieria es van citar un any més a Expominer, on els seus visitants van gaudir descobrint, adquirint o fins i tot intercanviant minerals de tota mena, pedres precioses, meteorits i fòssils dignes de les millors col·leccions museístiques.

Aquesta nova edició va aplegar 133 expositors, més de la meitat dels quals eren estrangers, procedents de 17 països. El saló va generar nombroses vendes i els expositors i els visitants es van mostrar satisfets pel volum de negoci registrat, superior a les seves expectatives.

S'hi va poder admirar una col·lecció de meteorits de la Lluna i de Mart única a Espanya. També hi va haver pedres precioses de col·leccionista, com la turmalina de Paraíba (Brasil), amb una raresa que

Superfície: 5.500 m²

Expositors: 133

Caràcter: professional i públic

Activitats: exposicions, projecció de documentals, tallers, demostracions i concursos de dibuix

dispara el seu preu per sobre del diamant. Els amants de la paleontologia van trobar al saló fòssils autèntics de més de 100 milions d'anys d'antiguitat, com els esquelets complets de *Psittacosaurus* o, fins i tot, un niu amb ous de dinosaure del cretaci amb un gran valor científic.

La cultura i la formació van ser altres eixos del saló. Uns 2.000 joves van participar en les activitats organitzades per la Facultat de Geologia de la Universitat de Barcelona, com ara l'exposició "Viu la geologia", en què van descobrir la composició mineral de determinats objectes d'ús quotidià, van aprendre de quina manera es trobava antigament l'or amb la tècnica de l'àbac i van esbrinar, gràcies a un simulador, què és i de quina manera es forma un tsunami.



Festival de la Infància

27/12-04/01

Montjuïc. 48a edició

El recinte de Montjuïc va acollir una vegada més el tradicional Festival de la Infància que Fira de Barcelona organitza de manera ininterrompuda des de la primera edició l'any 1963.

Va ser molt destacada la participació, per primera vegada, de la Fundació Joan Miró, que va acostar els infants a l'univers del genial artista català. Les aportacions de moltes altres empreses i institucions com l'Institut Barcelona Esports, la Diputació de Barcelona o la Generalitat de Catalunya, que hi va participar per mitjà de diversos departaments, van contribuir a l'èxit del saló.

Una de les senyes d'identitat del certamen és l'esport, molt present gràcies a la implicació de diferents federacions catalanes com les de bàsquet, taekwondo, automobilisme i tir olímpic. Entre les activitats que van tenir un seguiment més gran va

Superfície: 40.000 m²

Expositors: 70

Caràcter: públic

Activitats: tallers, concursos, jocs, desfilades, campionats

destacar la 48a edició del tradicional Trofeu Molinet de bàsquet, que el 2010 va batre el rècord de participació amb 113 equips inscrits.

Així mateix, un dels atractius del festival va ser un estand de Custo Growing, la línia de roba infantil del dissenyador Custo Dalmau, en el qual els infants van poder experimentar l'emoció de desfil·lar sobre una passarel·la.

Des de la primera edició, el Festival de la Infància s'ha caracteritzat per desenvolupar activitats que persegueixen no tan sols la diversió, sinó també formar els més petits en valors com ara la solidaritat, el civisme, la participació, la creativitat i el respecte pel medi ambient. Per això el certamen és un referent durant les festes nadalenques i adquireix caràcter familiar amb la participació de milers d'infants i els seus acompanyants.



HiT Barcelona

World Innovation Summit

16-17/06

Palau de Congressos de Barcelona. 2a edició

Tres conceptes defineixen HiT Barcelona: innovació, empremadoria i inversió. Són l'essència d'un esdeveniment que es vol convertir en una trobada mundial en què les bones idees troben camins per transformar el món. HiT Barcelona – World Innovation Summit va aplegar líders empresarials innovadors, inversors i emprenedors amb la voluntat d'esdevenir un fòrum on compartir idees i descobrir els mecanismes que permeten convertir-les en un gran negoci.

El saló va condensar el seu programa en dues jornades. La primera, dedicada al coneixement, va acollir 17 ponències, entre les quals hi havia la de l'expert mundial en desenvolupament urbà Richard Florida, la del vicepresident de Google, Bradley Horowitz, i la del fundador de Foursquare, Dennis Crowley. La segona, sobre el *networking* i les

Superfície: 2.000 m²

Empreses participants: 1.000

Caràcter: professional

Activitats: Plenary Congress, Symposium on Clusters and Parks of Excellence, Venture Capital Corner, Ideas & Investment Marketplaces i Global Entrepreneurship Competition

oportunitats de negoci, va generar més de 1.815 reunions, entre les quals hi havia 705 entrevistes entre fons d'inversió privats i emprenedors; i va acollir la segona edició de la Global Entrepreneurship Competition, un concurs per a empreses en fase embrionària. La companyia peerTransfer, fundada a Boston pel valencià Iker Marcaide, va obtenir el primer premi.

HiT Barcelona es va integrar el 2010 a Bizbarcelona, un projecte conjunt liderat per l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, la Cambra de Comerç de Barcelona, la Diputació de Barcelona i "la Caixa" per posicionar Barcelona com a zona d'innovació i empremadoria a escala nacional i internacional. Bizbarcelona també engloba el Dia de l'Emprenedor, els premis Emprenedor XXI i el Fòrum Tecnio.



Hostelco

Saló Internacional de l'Equipament
per a la Restauració, Hoteleria i
Col·lectivitats

05-09/11

Montjuïc. 15a edició

Hostelco va apostar en aquesta nova convocatòria per la innovació com a clau per dinamitzar el sector. Amb aquest objectiu, va acollir diversos fòrums sectorials, així com activitats per a cada segment de l'oferta.

Aquesta edició del saló, en la qual van participar 700 empreses, va ser especialment valorada pels expositors i els visitants pel volum de negocis registrat, que, segons els professionals, va reflectir la moderada reactivació econòmica que experimenta el sector després d'un difícil any 2009.

Les empreses exposadores van destacar la qualitat dels milers de professionals que van visitar el certamen, al voltant de 62.000, en la major part empresaris, directors de compres d'empreses hoteleres i distribuïdors amb un alt poder de decisió sobre les adquisicions. Aquests professionals es van mostrar

Superfície: 66.700 m²

Expositors: 700

Caràcter: professional

Activitats: Gran Fòrum Contract, Gran Fòrum Wellness, premis Hostelco, concursos, demostracions

interessats no tan sols per adquirir productes, sinó també per conèixer novetats i informar-se sobre noves tendències als diferents fòrums sectorials i jornades que van tenir lloc en el marc del saló.

Entre les novetats en equipament van destacar elements propis de la cuina asiàtica, cada vegada més estesa a Occident, com ara woks industrials, instal·lacions per cuinar al vapor, planxes mongoles on els comensals cuinen els seus propis plats i taulells refrigerats per elaborar *sushi*.

Hostelco es va convertir en una plataforma dinàmica d'intercanvi d'informació sectorial en acollir per primera vegada el Gran Fòrum Contract i el Gran Fòrum Wellness, que van aplegar empresaris, professionals i experts en disseny d'espais i en instal·lacions dedicades al benestar. També es va celebrar la primera edició dels premis Hostelco, que van guar-



donar els hotels i els restaurants més innovadors d'Espanya en 17 categories diferents.

Altres activitats es van desenvolupar al voltant de productes com ara el pa, el cafè i els còctels, amb exhibicions en aquest àmbit de famosos bàrmans experts en les diverses disciplines del *bartending*. Les populars tapes van ser les protagonistes de les jornades, organitzades per la Federació Espanyola d'Hostaleria (FEHR) amb l'objectiu de potenciar aquesta modalitat de la gastronomia espanyola.

A l'Àrea Cafè es van celebrar nombrosos tasts, degustacions i cursos de formació, així com la final del V Campionat Nacional de Baristes, que va guanyar el català Ferran Casellas. El mateix espai va acollir també la II Gran Final del Campionat Ibèric de Baristes, disputada pels millors professionals d'Andorra, Portugal i Espanya, en la qual es va coronar campió Víctor Bolea, de Saragossa.

Expolimp, l'àrea dedicada a la neteja i la higiene industrial, va acollir unes jornades tècniques que van abordar temes diversos, des de la reforma laboral fins al paper del supervisor com a figura clau en la professionalització del sector. El programa d'activitats va incloure la presentació del II Congrés Nacional de Neteja i el Concurs de Netejavidres, que aquest any va celebrar la cinquena edició.

Hostelco, organitzat per la federació FELAC i Fira de Barcelona, va tenir en aquesta convocatòria

el suport i la col·laboració de la Federació Espanyola d'Hostaleria, entre altres entitats. Gràcies al compromís compartit per tothom es va ratificar com a saló líder a Espanya i segon referent europeu del sector.





InstalMAT

Saló Integral de Materials
per a Instal·lacions

12-15/05

Gran Via. 2a edició

En tan sols dues convocatòries, InstalMat s'ha convertit en la trobada dels professionals de les instal·lacions a Espanya, en englobar una oferta expositiva integral i el fòrum més gran de debat i reflexió sectorial.

InstalMat 2010, amb expositors de 16 països, va presentar tota mena de solucions per a les instal·lacions i un ampli programa d'activitats. Més de 2.000 professionals van assistir a més de 40 conferències, jornades, presentacions i sessions de formació. La innovació i el control de la despesa energètica van ser els dos grans eixos que assenyalen el camí que cal recórrer davant la crisi.

Amb motiu del Dia de l'Eficiència Energètica, InstalMat va oferir un programa de sessions tècniques amb el suport de les empreses Daikin i ACV i que va estar coorganitzat per l'Institut Català de

Superfície: 8.425 m²

Expositors: 219

Caràcter: professional

Activitats: Dia de l'Eficiència Energètica, premis Producte, XXI Congrés Internacional CONAIF, jornades

l'Energia i diverses entitats col·legials i professionals. Una altra iniciativa d'èxit va ser Side Events, un espai habilitat per fer-hi presentacions de productes, novetats o normatives.

Es van lliurar els primers premis Producte 2010, triats per més de 2.000 professionals a través del web del saló. Es va guardonar el sistema de calefacció Altherma HT, que permet obtenir calor i aigua sanitària calenta amb una eficiència tres vegades superior als mètodes tradicionals.

Coincidint amb InstalMat, es va celebrar el XXI Congrés Internacional per a les Instal·lacions i l'Energia organitzat per CONAIF, i la Federació Catalana d'Empresaris Instal·ladors va debatre sobre l'aplicació del Reglament d'Instal·lacions Tèrmiques als Edificis (RITE).



LIBER

Fira Internacional del Llibre

29/09-01/10

Gran Via. 28a edició

Liber, la trobada professional de referència per a la indústria del llibre a Espanya i l'Amèrica Llatina, va reforçar el 2010 la presència d'empreses dedicades a l'edició digital i va atreure més professionals del disseny gràfic, continguts multimèdia i màrqueting en línia.

El saló, promogut per la Federació de Gremis d'Editors d'Espanya, que se celebra alternativament a Barcelona i a Madrid, va tornar a demostrar, malgrat el difícil context econòmic, una gran capacitat per incentivar les vendes i aplegar compradors d'arreu del món.

Les jornades Liber, que van registrar una alta participació, es van centrar també en les noves oportunitats de negoci que s'obren amb l'aplicació de les noves tecnologies en el sector editorial. Les sessions

Superfície: 11.000 m²

Expositors: 700

Caràcter: professional

Activitats: jornades, debats i lliurament de premis

amb més seguiment van ser les dedicades al llibre electrònic (*e-book*), els continguts digitals, la venda de llibres a través de dispositius mòbils, i la promoció i la marca editorial a les xarxes socials, entre altres.

També hi van destacar els actes de reconeixement a institucions, persones i mitjans de comunicació per la seva contribució al foment de la lectura. Els premiats en aquesta edició van ser l'editor Josep Maria Boixareu Vilaplana, Radio Euskadi, La 2 de TVE, l'agència EFE, la llibreria Diego Martín de Múrcia i la Biblioteca Municipal de Burgos.

En aquesta edició Puerto Rico va ser la cultura convidada d'honor, divulgada gràcies a la presència de 50 editorials i una trentena d'escriptors convidats, i als actes celebrats a diversos espais de la ciutat de Barcelona.



Low Cost

Saló de les Oportunitats
Immobiliàries

23-25/04

Montjuïc. 2a edició

El Saló Low Cost, que va néixer l'any 2009 per contribuir a reduir l'estoc d'habitatges al nostre país acumulat per la disminució de vendes dels últims anys, va posar a l'abast del públic les ofertes més econòmiques de 95 immobiliàries espanyoles. Els organitzadors van qualificar el volum de pisos venuts durant les dues úniques edicions de Low Cost de "molt reeixit", amb l'objectiu primordial de dinamitzar les vendes al sector immobiliari. Per aquesta raó no es plantegen, de moment, noves edicions d'aquest saló.

Les principals immobiliàries espanyoles van posar a la venda habitatges a un preu més reduït. Les rebaxes en el preu d'apartaments, cases de primera

Superfície: 4.300 m²

Expositors: 95

Caràcter: públic

Activitats: exposicions, operacions de compravenda

Organitzat pel Consorci de la Zona Franca.

i segona residència, oficines i locals comercials van arribar en alguns casos al 46%.

De la mateixa manera que a la primera edició, van participar diferents entitats financeres espanyoles que van oferir productes per finançar les oportunitats immobiliàries, van analitzar la capacitat de les persones interessades i van brindar la possibilitat de tancar contractes en el mateix moment.

Una de les novetats destacades va ser l'anomenat *buscapoint*, una eina informàtica destinada als visitants amb la qual podien trobar, entre totes les ofertes exhibides, la que s'adaptés millor a les seves necessitats i possibilitats.



Low Cost Motor

Fira d'Oportunitats
en Vehicles d'Ocasió

29/05-06/06

Montjuïc. 1a edició

La previsió d'un augment de vendes d'automòbils davant la pujada de l'IVA, que va entrar en vigor l'1 de juliol, i la proximitat del període estival, una de les millors èpoques de l'any per al vehicle d'ocasió, van animar el Gremi de Venedors de Vehicles de Motor de Barcelona a organitzar la primera fira d'oportunitats de cotxes de segona mà totalment garantits i a preus molt assequibles.

Els resultats van ser satisfactoris per a l'organització i les empreses participants, malgrat les dificultats del moment econòmic. En nou dies la vintena d'expositors que van ocupar la plaça de l'Univers del recinte de Montjuïc van vendre un total de 116 vehicles, gairebé la quart part dels que s'hi exposaven, per un valor estimat d'1.800.000 euros.

Superfície: 4.390 m²

Expositors: 22

Caràcter: públic

Organitzat pel Gremi de Venedors de Vehicles a Motor de Barcelona.

Segons el pressupost i les necessitats, els visitants van triar entre uns 500 vehicles de les principals marques, amb la confiança de saber que tots els expositors eren establiments associats de l'entitat organitzadora. La qualitat dels cotxes, revisats minuciosament, i les garanties i les condicions especials que oferien els comerciants, així com el factor preu baix, van ajudar a dinamitzar les vendes.

En aquesta primera edició van col·laborar a Low Cost Motor la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona, la Cambra de Comerç de Barcelona i la mateixa Fira. Van patrocinar el saló l'empresa certificadora Dekra, la financera Cetelem i la firma de pintures per a automòbil Glasurit.



Magic Internacional

Fira Espiritual, Paracientífica
i de Teràpies Alternatives

10-12/12

Montjuïc. 6a edició

Després d'haver superat el quart de segle, el saló internacional de paraciència i teràpies alternatives va continuar augmentant en nombre de visitants i es va mantenir com una de les fires europees més importants en la seva especialitat. El certamen, instal·lat per sisè any consecutiu al recinte de Montjuïc, va rebre el 5% més de visitants que el 2009.

Magic es va estructurar en diversos espais, un dels quals es va dedicar a zona comercial i de consultes, on prop de 500 professionals repartits en 150 estands van mostrar els seus productes i van oferir serveis de consulta, van fer demostracions i van presentar alternatives pràctiques. D'altra banda, les sales de tallers i de conferències van estar dedicades a la formació i la divulgació: prop de 50

Superfície: 5.615 m²

Expositors: 150

Caràcter: públic

Activitats: conferències, tallers, demostracions, cicle de cinema

Organitzat per D'Arbó Productions.

ponents, entre els quals hi havia professors, terapeutes i periodistes, van intervenir en conferències, col·loquis i sessions tècniques sobre mètodes paracientífics com el *reiki*, les regressions, la canalització i el *fengshui*. La novetat d'aquesta edició va ser la sala de musicoteràpia i il·lusionisme, en la qual es va poder assistir a espectacles de màgia blanca, biodansa i mentalisme.

El setè art també va ser present al saló a través del cicle de cinema magicoespiritual, que va celebrar la tercera edició i va oferir projeccions de films seguides de debats en els quals van participar els autors de les pel·lícules. Magic 2010 va reservar també un espai per retre homenatge a la mediàtica professional Mariló Casals, que va morir fa poc.



Mi Boda

Fira especialitzada
en solucions nupcials

20-21/11

Montjuïc. 1a edició

El saló MiBoda, després d'uns anys en què no s'ha celebrat, va tornar al recinte de Montjuïc de Fira de Barcelona per donar solucions a les necessitats del consumidor final en un esdeveniment tan important per a la vida de les persones com la cerimònia nupcial.

En efecte, els casaments constitueixen l'eix de l'activitat del saló: al voltant de 100 expositors van mostrar un ampli ventall de productes i serveis nupcials, i els visitants, en la major part parelles que preparaven la boda, en tan sols dos dies i en un únic recinte van poder planificar pràcticament tots els detalls relacionats amb aquesta data tan singular. Gràcies a les millors firmes, van tenir accés a les últimes propostes en moda i complements, restauració, decoració i mobiliari, joieria, fotografia i vídeo,

Superfície: 8.000 m²

Expositors: 100

Caràcter: públic

Activitats: exposicions i desfilades

Organitzat per Flaqué Internacional.

cotxes de lloguer, agències de viatges, floristeries, impremtes, regals, música i animació, perruqueria i maquillatge, i un llarg etcètera.

Els visitants, a més d'assabentar-se d'aquestes últimes novetats, van tenir l'oportunitat de fer proves de perruqueria i maquillatge, i fins i tot encarregar en el mateix moment les aliances, les invitacions, els regals per als convidats i el cotxe nupcial, entre altres serveis.

Dos al·licients afegits al saló van ser la música en directe a càrrec de professionals especialitzats en bodes i banquets, i la Passarel·la Nupcial, en la qual els dissenyadors participants van presentar les últimes col·leccions de moda nupcial i de festa, així com tota mena de complements per als nuvis.



Mobile World Congress 2010

15-18/02

Montjuïc. 5a edició Barcelona

La indústria de les comunicacions mòbils va tornar a demostrar, a l'edició del 2010 del Mobile World Congress, que és un dels sectors econòmics més fermes i amb més potencial de creixement. Les més de 1.300 empreses presents a l'esdeveniment van confirmar que, malgrat un context econòmic difícil, aquest camp té molt de futur, com ho van corroborar els més de 49.000 assistents procedents de 200 països.

Els quatre dies de conferències van atreure executius dels principals i més influents operadors de telefonia, empreses de programari, proveïdors d'equips i companyies d'Internet, així com mitjans de comunicació, empreses dedicades a l'entreteniment i delegacions governamentals. Una altra dada significativa avala la importància de la cimera que es va celebrar a Fira de Barcelona: el 54% dels assistents al Mobile World Congress eren càrrecs executius de

Superfície: 125.000 m²

Expositors: més de 1.300

Caràcter: professional

Activitats: cimera de directius, conferències, sessions tècniques

Organitzat per GSM Association, amb la col·laboració de Fira de Barcelona.

les seves empreses, i entre ells hi havia més de 2.800 directors generals.

Amb el lema "Vision in Action", els responsables d'empreses com Alcatel-Lucent, BBC, Bharti Airtel, China Unicom, Ericsson, Huawei, KDDI, RIM, Samsung, Spotify, Telstra i Vodafone, entre altres, van debatre sobre les tendències i el futur de la indústria i sobre la manera com el telèfon mòbil abandonarà el seu protagonisme absolut per convertir-se en un més dels elements clau del sector.

En aquest sentit, va sobresortir la primera edició d'App Planet, un esdeveniment dissenyat per aplegar els elements més destacats de l'ampli ecosistema de les aplicacions mòbils en un sol espai, que va atreure més de 20.000 persones. En aquest marc, Google, Motorola, RIM, Sony Ericsson i Vodafone van oferir diverses conferències sobre el desenvolupament



d'aplicacions. En total, van assistir al Mobile World Congress més de 6.000 desenvolupadors.

Entre els molts ponents del congrés van destacar dos que en van ser els protagonistes indiscutibles: la reina Rània de Jordània i el president i director executiu de Google, Eric Schmidt. La monarca jordana, en el paper d'ambaixadora d'UNICEF, va abordar l'impacte que la comunicació mòbil pot tenir en l'educació a la població mundial.

Per la seva banda, el responsable màxim de l'empresa tecnològica californiana Google va analitzar de quina manera la frontera entre la informàtica de sobretaula i la tecnologia mòbil desapareixerà molt aviat. La seva intervenció va ser seguida per més de 35.000 persones a través del portal Mobile World Live.

El Mobile World Congress està organitzat per GSM Association, l'associació global de la telefonia mòbil que aplega prop de 800 companyies de 219 països. Fira de Barcelona, com a *partner* de GSM Association, va assumir aquesta vegada el procés de preacreditació a través d'Internet, acreditació presencial i control d'accessos durant la celebració de la conferència, a més de les funcions d'organització i direcció logística del saló, així com la gestió dels serveis finals del muntatge, la direcció de la restauració i el càterring, i els serveis d'atenció als clients i als visitants, que ja feia des de l'any 2007.





Saló Nàutic Internacional de Barcelona

06-14/11

Gran Via i Port Vell. 49a edició

El Saló Nàutic de Barcelona va reforçar una vegada més el seu important paper com a dinamitzador del sector. Malgrat el difícil context econòmic, va contribuir a animar l'activitat comercial amb l'oferta de nàutica esportiva i d'esbarjo més gran d'Espanya, i va tornar a oferir als visitants productes financers per comprar vaixells i amarradors gràcies a l'acord de col·laboració amb Deutsche Bank. El certamen, que va atreure un públic nombrós, prop de 120.000 persones, va aplegar a les dues seus de Gran Via i Port Vell un total de 354 expositors nacionals i estrangers, procedents de 31 països, amb embarcacions de totes les eslores.

El certamen va presentar una àmplia oferta de productes per a tots els gustos i pressupostos: accessoris, canoes i caiacs, pneumàtiques, motos, vaixells de vela i de motor, iots, serveis de xàrter,

Superfície: 74.683 m² (entre Gran Via i el Port Vell)

Expositors: 354

Caràcter: professional i públic

Activitats: conferències, presentacions de regates, lliurament de premis, tallers de marina tradicional, pràctiques de vela lleugera, simuladors de pesca i navegació

remolcs i motors, entre altres productes. També hi van participar ports esportius i operadors turístics i d'esports nàutics.

L'edició del 2010 va posar de manifest les últimes tendències de la indústria nàutica, que aposta per embarcacions més sostenibles i innovadores. S'hi van poder veure, entre altres novetats, motors forabord totalment elèctrics, avançats simuladors de navegació, nous sistemes d'ajuda a la maniobra, materials més ecològics i vaixells plegables que es converteixen en remolcs. A l'Espai Innovació també es van donar a conèixer projectes d'alt valor tecnològic per millorar l'eficiència energètica de les embarcacions i desenvolupar energies marines renovables.

Durant nou dies es van dur a terme prop de 200 activitats per a tots els públics amb l'objectiu



de promoure una afició més gran per la nàutica. Hi van destacar les nombroses propostes que hi va haver a les àrees temàtiques del saló: l'Espai del Pescador, amb simuladors de captura en alta mar; Marina Tradicional, en què es van exhibir embarcacions clàssiques de fusta i es van fer demostracions d'artesania; Fun Beach, amb sessions d'iniciació a la vela en una piscina; i l'Espai del Mar, en què es van presentar regates com la Barcelona World Race i es van organitzar debats i conferències.

Al Village, instal·lat al Port Vell, es van citar empresaris del sector, esportistes i aficionats al món de la nàutica.

Empreses, representants de les administracions i institucions esportives i aficionats van triar el saló per debatre sobre la situació de la indústria i trobar respostes a les seves demandes històriques, com ara la supressió de l'impost de matriculació de les embarcacions entre 8 i 12 metres d'eslora per equiparar la fiscalitat de la nàutica espanyola amb la de la resta de països europeus.

A més, van reivindicar una accessibilitat més gran als ports com ara la instal·lació de rampes públiques i gratuïtes, i un canvi de normativa per homologar les titulacions nàutiques. Segons els experts, es tracta de solucions que poden ajudar les empreses d'aquest sector, amb un gran pes dins l'economia del país, a sortir reforçades de la crisi.





Ocasi3n

Sal3 del Vehicle Garantit

27/11-08/12

Montjuïc. 30a edici3

El Sal3 del Vehicle Garantit va demostrar que els consumidors valoren, sobretot en temps de crisi, els avantatges del mercat d'ocasi3 com a oportunitat per adquirir autom3bils gaireb3 nous i molt fiables a preus m3s reduïts. Així, un de cada 46 visitants del sal3 Ocasi3n va comprar un cotxe, animat per les promocions, les condicions especials i les garanties dels expositors.

En dotze dies es van vendre 516 vehicles semi-nous, la meitat dels cotxes exposats, i es va acordar el lliurament posterior d'uns altres 200 cotxes a les instal·lacions dels concessionaris participants. En total, el volum de negoci va arribar als 14 milions d'euros.

Els vehicles m3s comercialitzats van ser les berlines de gamma mitjana, que van representar un

Superfície: 11.000 m²

Expositors: 40

Caràcter: p3blic

desemborsament d'entre 13.000 i 25.000 euros. No obstant aix3, hi va haver cotxes per a tots els gustos, necessitats i butxaques, des d'utilitaris fins a unitats de luxe. Els preus van oscil·lar entre els 5.000 i els 195.000 euros i, segons la gamma, l'estalvi respecte del mateix vehicle nou podia superar el 30%.

Van participar les principals marques a trav3s de les seves divisions de vehicle d'ocasi3, concessionaris oficials i empreses de compravenda. S'hi van exhibir 1.051 vehicles –procedents de km 0, gerència, flotes o r3nting–, amb poca antiguitat i quilometratge, revisats t3cnicament per l'empresa Dekra per acreditar-ne un funcionament perfecte.

Ocasi3n va estar organitzat amb la col·laboraci3 de la Federaci3 Catalana de Venedors de Vehicles de Motor.



Personal España

Exposició Professional
de Recursos Humans

17-18/03

Montjuïc. 3a edició

Personal España, fira i plataforma de referència al nostre país pel que fa al desenvolupament dels recursos humans, va aplegar a la tercera edició professional del sector, representants d'empreses de selecció de personal i companyies de serveis proveïdores de programari i maquinari, formació i consultories. El saló es va celebrar coincidint amb la Setmana de la Formació i el Treball, la qual cosa va contribuir a ampliar-ne el camp d'influència.

Més de 30 debats i conferències van omplir l'agenda d'activitats de Personal España, que es va centrar sobretot en l'optimització dels recursos de les empreses com un element que pot contribuir a superar la crisi. S'hi va posar en relleu, així mateix, la importància de la innovació i la creativitat en els

Superfície: 1.900 m²

Expositors: 45

Caràcter: professional

Activitats: conferències, debats, tallers i jornades tècniques

Organitzat per Spring Messe Management.

recursos humans, i es van abordar qüestions com ara la flexibilitat de l'horari laboral o les últimes possibilitats que ofereix Internet, des de l'*e-learning* i els portals d'empleats fins al *recruiting* a les xarxes socials.

El Meeting Point va ser una de les activitats més concorregudes, ja que hi van participar directors de departaments de recursos humans als quals se'ls podien plantejar qüestions relacionades amb la seva feina diària.

Va ser una novetat destacada d'aquesta edició l'àrea de Desenvolupament Personal, dedicada a *training* i l'*e-learning*, que es va revelar com un dels àmbits més dinàmics de l'esdeveniment: *trainers* i *coaches* van permetre als visitants assumir durant mitja hora un paper actiu als tallers.



Setmana de la Formació i el Treball

17-21/03

Montjuïc

La Setmana de la Formació i el Treball es va convertir, una vegada més, en una de les cites més grans del sector educatiu al nostre país, ja que va concentrar el Saló de l'Ensenyament, Futura, Expodidàctica i la Fira Internacional d'Empreses Simulades.

L'enfocament pràctic del Saló de l'Ensenyament ajuda els joves entre 15 i 18 anys a trobar assessorament personalitzat sobre cicles educacionals, batxillerat i estudis universitaris, entre altres opcions formatives i professionals. Els expositors, els departaments d'Educació i Universitats de la Generalitat de Catalunya –que coordinen el saló–, i el Servei d'Atenció a l'Estudiant del mateix saló van contribuir a resoldre dubtes dels alumnes i les seves famílies i els van orientar sobre els itineraris acadèmics.

Entre les activitats, van destacar l'espai Recer-

Saló de l'Ensenyament

17-21/03 Montjuïc. 21a Edició

Superfície: 17.000 m²

Expositors: 177

Caràcter: públic

Activitats: Recerca en Acció, àrea de dinamització multimèdia; Saló dels Idiomes; sessions informatives per a famílies

ca en Acció, en col·laboració amb la institució de foment de la recerca de la Generalitat (Talència), per promoure les vocacions científiques; l'àrea de dinamització multimèdia del Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia de la Universitat Politècnica de Catalunya, i el Saló dels Idiomes, de l'Associació Espanyola de Promotors de Cursos a l'Estranger, amb la promoció de l'any escolar fora d'Espanya com a reclam principal.

D'altra banda, Futura va mostrar els màsters i els postgraus amb més projecció, i es va constatar que, amb la crisi, les persones que s'acaben de llicenciar, les titulades sense feina i els professionals en actiu busquen en aquesta formació especialitzada la possibilitat de millorar les seves perspectives laborals. Hi van participar centres amb postgraus adaptats



Futura

Saló de Màsters i Postgraus

19-20/03 Montjuïc. 7a Edició

Superfície: 1.880 m²

Expositors: 50

Caràcter: públic

Activitats: Fòrum del Treball, amb tallers per trobar feina

Expodidáctica

Saló dels Recursos per a l'Educació

18-20/03 Montjuïc. 14a Edició

Superfície: 3.971 m²

Expositors: 79

Caràcter: professional

Activitats: aules, congressos, premis, tallers sobre recursos educatius dels museus

Fira Internacional d'Empreses Simulades

17-19/03 Montjuïc. 9a Edició

Superfície: 3.000 m²

Expositors: 75

Caràcter: professional

Activitats: jornades tècniques

al Pla Bolonya que es poden cursar a Espanya i en altres països. Va incloure el Fòrum del Treball, un espai d'assessorament sobre el mercat laboral i tallers pràctics per trobar feina.

Els docents van acudir a Expodidáctica per conèixer les últimes tendències en recursos i tecnologia per a l'aula, un tema de màxima actualitat pel desplegament del Pla Escola 2.0 (AulaCAT 1x1 a Catalunya). Pissarres digitals interactives, continguts i llibres electrònics, i pupitres amb ordinador van ser algunes de les novetats.

Els productes i els serveis més innovadors van ser reconeguts amb els premis Innova: la taula multitàctil d'aprenentatge *Mesosfera*, d'Utani Social Lab, i Tok-Tok, comunitat educativa en línia per a infants hospitalitzats, de la Fundació Pere Tarrés. El saló també

va incloure els recursos pedagògics d'uns 80 museus.

Expodidáctica va estrenar l'espai AulaTAC (tècniques per a l'aprenentatge col·laboratiu), amb jornades sobre l'aplicació de solucions tecnològiques per ensenyar d'una manera dinàmica i interactiva, i va incloure el II Congrés DIM-AulaTIC, sobre didàctica i multimèdia, que va analitzar les bones pràctiques de l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC).

Finalment, la Fira Internacional d'Empreses Simulades, organitzada per la Fundació Inform, va aplegar centres educatius de formació reglada i ocupacional de diversos països compromesos amb la formació en l'àmbit comercial i administratiu a partir de la creació de companyies fictícies que permetien aprendre treballant.



SIL

Saló Internacional
de la Logística i la Manutenció

25-28/05

Montjuïc. 12a edició

El Saló Internacional de la Logística i la Manutenció (SIL), principal referent firal de l'activitat logística al sud d'Europa i la conca mediterrània, va presentar les últimes novetats pel que fa a la complexitat dels sistemes de distribució de mercaderies. El seu paper de gran plataforma per a l'intercanvi comercial es va veure reforçat aquest any amb una important xifra de negoci.

Un any més, el SIL va batre el seu propi rècord d'internacionalització: el 45% de les empreses exposidores eren estrangeres, procedents de 68 països, entre els quals cal destacar el Marroc, Panamà, la Xina, Àustria, Suïssa, Turquia, Xile i Grècia, entre molts altres. També va ser rellevant la presència d'empreses franceses, ja que el país veí va ser el con-

Superfície: 31.588 m²

Expositors: 615

Caràcter: professional

Activitats: conferències, jornades tècniques, premis i trobades empresarials

Organitzat pel Consorci de la Zona Franca.

vidat d'aquesta edició, mentre que el Líban va tenir un protagonisme especial al VIII Fòrum Mediterrani de Logística i Transport.

Com a novetats hi van destacar l'Exhibition Village, una àrea en la qual diverses marques van mostrar en directe els seus productes; el SIL Tech Area, per a les noves tecnologies aplicades a la logística; el SIL Trans Area, centrat en el transport per carretera, i l'Hospitality Area, on les empreses es van poder reunir amb els seus clients per presentar-los productes.

La formació, el coneixement i el debat sobre temes relacionats amb la logística es van traduir en una quinzena d'activitats seguides per més de 3.100 professionals, entre les quals va destacar l'XI Jornada de Zones i Dipòsits Francs.



SITEM

Simposi Internacional
de Tècniques de Massatge

16-17/10

Montjuïc. 10a edició

SITEM, el Simposi Internacional de Tècniques de Massatge i Saló Professional de Teràpies Naturals, va tornar a aplegar els professionals més destacats en aquest sector: acupuntura, aromateràpia, fisioteràpia, homeopatia, medicina tradicional xinesa, osteopatia, reflexologia, *shiatsu* i ioga van formar part de les més de 20 disciplines que es van presentar durant el certamen.

Un any més, SITEM va complir el doble objectiu de servir com a punt de trobada i referent per als professionals del sector i esdevenir, alhora, centre de negocis per a proveïdors i clients de teràpies naturals. Els assistents a la cita van poder gaudir de la varietat de productes i serveis que van oferir els 45 expositors participants en l'àmbit dedicat al Saló Professional de Teràpies Naturals.

Superfície: 1.600 m²

Expositors: 45

Caràcter: professional

Activitats: conferències, exposicions i demostracions

Organitzat per Interàlia.

D'altra banda, els prop de 600 congressistes que van acudir al simposi, en el qual van participar experts nacionals i estrangers, van poder triar entre 33 ponències que es van succeir al llarg de les dues jornades que va durar el saló. Van suscitar un interès especial les conferències dels experts Txema Aguirre, sobre les últimes tendències en cinesiteràpia, i Mila Ferrer, sobre el tractament de la depressió i l'ansietat per mitjà de la reflexoteràpia.

Un altre convidat rellevant va ser el Dr. Miquel Andolz, dels serveis mèdics de l'FC Barcelona, que va abordar les patologies del genoll i la seva exploració manual. La conferència sobre el *reiki* va despertar també un gran interès, així com el monogràfic sobre cervicobraquiàlgies, que va aportar les impressions de destacats especialistes.



SITC

Saló Internacional
del Turisme de Catalunya

15-18/04

Montjuïc. 19a edició

Els productes turístics innovadors i competitius van definir l'edició del saló, que va aplegar un nombrós i variat públic i expositors procedents de 60 països i de totes les comunitats autònomes. S'hi van presentar propostes originals com ara viatges amb caravana per Nova Zelanda, amb bicicleta per Croàcia i rutes de *shopping* a Pequín, i es va estrenar l'Àrea de Creuers, amb l'oferta de les navilieres més importants del Mediterrani i el Carib.

La ciutat convidada, Logronyo, va compartir protagonisme amb la Porta del Desert, que va concentrar les propostes d'aquests territoris geogràfics i del món àrab, i amb la tercera edició del Pink Corner, àrea especialitzada en viatges per al col·lectiu LGTB (lesbianes, gais, transsexuals i bisexuals).

El saló va dedicar mitja jornada de forma específica als professionals, que van assistir a les sessions

Superfície: 40.000 m²

Expositors: 1.100

Caràcter: públic

Activitats: premis Alimara CAT i Acpetur-SITC, jornada professional

organitzades amb la col·laboració de l'Agència Catalana de Turisme, Turisme de Barcelona, l'Associació Catalana d'Agències de Viatges (ACAV), la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), ESADE i el Centre d'Estudis Tècnics Turístics (CETT), entre altres entitats. Innovació i sostenibilitat turística van ser els eixos centrals d'aquesta convocatòria.

Es van lliurar diferents premis: l'Alimara CAT, per a publicitat turística feta en llengua catalana, es va atorgar a la província del Medio Campidano de Sardenya (Itàlia), i l'Alimara Especial, al president emèrit del SITC, Ramon Bagó. Els Acpetur-SITC van premiar com a millors estands els de Castella-la Manxa, les Terres de l'Ebre i Egipte, i el de l'empresa catalana Xaluca, especialitzada en viatges i estades al Marroc.



SWAB

Fira Internacional d'Art
Contemporani de Barcelona

13-16/05

Pavelló Z-6 del recinte de Montjuïc. 3a edició

Va ser la primera edició a Fira de Barcelona d'aquest jove projecte centrat en l'art contemporani, plantejat des de la perspectiva del visitant i que s'autodefineix com una fira celebrada en una atmosfera relaxada i informal. Un dels seus objectius principals és acostar la passió pel col·leccionisme als més joves.

Si bé a les dues edicions anteriors la fira s'havia centrat sobretot a mostrar peces de pintura i dibuix, a l'edició del 2010 es van presentar també propostes d'escultura, instal·lacions, *performances* i videoart, la qual cosa va permetre internacionalitzar-ne l'oferta, en acollir 32 galeries d'11 països. Amb la intenció de promoure noves pràctiques artístiques, Swab

Superfície: 7.400 m²

Empreses presents: 32

Caràcter: públic

Activitats: intervencions artístiques a la ciutat de Barcelona

Organitzada per Diez-Cascón Arquitectes, SL.

va convidar dos creadors a fer una intervenció a l'espai públic, per afavorir la interacció de l'art, el públic i la ciutat. L'artista alemany Jan Vormann va dissenyar una ruta per la ciutat de Barcelona "reconstruint" edificis emblemàtics de la ciutat amb peces de plàstic de Lego. D'altra banda, el també alemany Boris Hoppek va instal·lar un petit vaixell, a tall de pastera, ple de personatges fets amb retalls de fusta i pintats amb pintura acrílica a l'estany situat a l'entrada de la fira.

Tots aquests ingredients han servit a Swab per perfilar-se com un dels esdeveniments culturals de l'any a Barcelona i presentar-se al gran públic com una alternativa innovadora dins el seu sector.



The Brandery

Saló de la Moda Urbana
i Contemporània

27-29/01 - 28-30/06

Montjuïc. 2a i 3a edicions

The Brandery, el *trade show* de moda urbana i contemporània organitzat per Fira de Barcelona amb el suport de l'Ajuntament, va registrar durant el 2010 un augment global del 90% en el nombre de marques participants i del 57% en la xifra de visitants respecte de la primera convocatòria.

El saló va passar d'un centenar de marques que hi van participar al juliol del 2009 a les 167 de l'edició del gener del 2010 i a 215 al juny, prop de la meitat procedents de l'estranger, sobretot de França, Itàlia, Portugal i el Regne Unit. Entre els visitants nacionals i internacionals van destacar els responsables de compra de grans magatzems com El Corte Inglés, Galeries Lafayette i La Rinascente.

A cada convocatòria, The Brandery adopta un lema i una imatge que inspiren les jornades tècniques

Superfície: 25.300 m² bruts

Expositors: 167(gener) - 215 (juny)

Caràcter: professional

Activitats: jornades tècniques, trobades, exposicions, esdeveniments

i les trobades sectorials. Amb "The New Deal", rúbrica de l'edició del gener, va voler expressar la necessitat de renovar-se en la gestió dels negocis en el marc de la crisi. Al mes de juny, en canvi, l'eslògan va ser "Love Revolution", que va proposar una "revolució creativa" basada en el valor intangible de cada marca i la seva repercussió en el consum.

Així, a The Laundry, el laboratori d'idees de The Brandery, hi van participar en totes dues edicions *coolhunters* o caçadors de tendències i experts pertanyents a companyies del sector, empreses líder en anàlisi de tendències de moda i escoles de negocis que van pronunciar conferències i van participar en taules rodones.

Una de les activitats amb millor acollida va ser la I Trobada Internacional de Blocaires, en què els

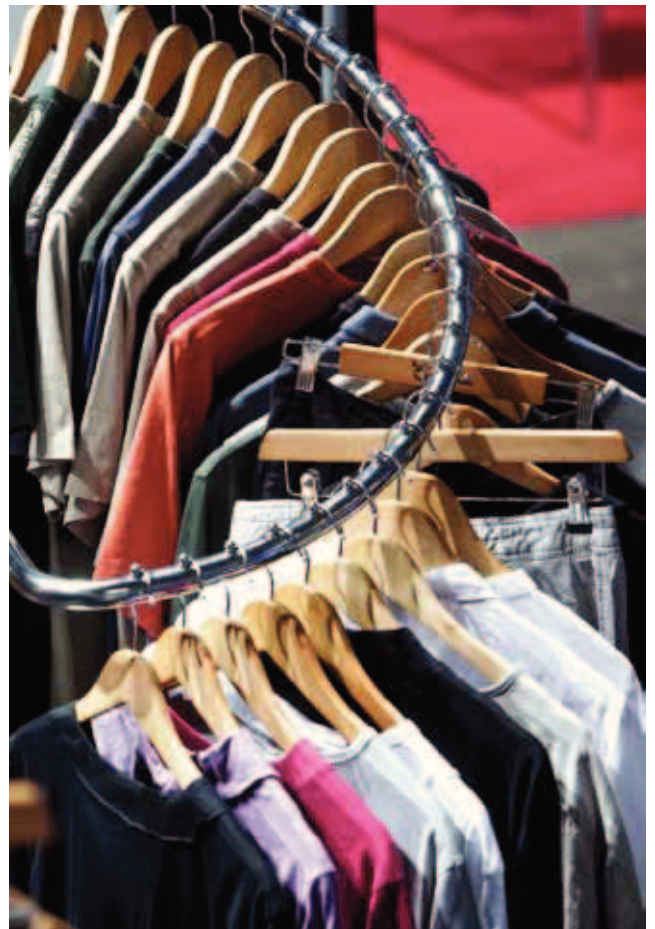


ponents van compartir les seves experiències professionals amb més de 200 persones.

El saló es va caracteritzar a totes dues edicions per una projecció més enllà de l'àmbit de les peces de roba de moda i va ser escenari d'activitats culturals com ara l'exposició "Misi Misi Expo", amb 30 Maneki-Neko (gats de la sort) personalitzats, i la mostra "So real", que va concentrar diverses manifestacions d'art urbà. No hi van faltar espais lúdics, com una pista de gel instal·lada a l'aire lliure o les actuacions en directe d'especialistes d'*skate*, *street dance* i *parkour*.

En l'àmbit de la innovació va destacar "l'empresari virtual", una nova aplicació informàtica que permet a l'usuari combinar diferents peces de roba i disposar d'un *personal shopper* virtual per orientar-lo en la compra. La fotografia també ha estat protagonista per mitjà de l'exposició de retrats de l'artista de *burlesque* Dita von Teese organitzada per la publicació *Yo Dona*.

L'àrea The City va portar The Brandery als carrers de Barcelona, amb exhibicions de moda, música i art, com ara una exposició de portades de la revista *Vogue* al passeig de Gràcia o la festa i la desfilada que Custo Barcelona va celebrar al Mellow Beach de l'Hotel W, amb prop de 2.500 assistents. El Welcome Party que va organitzar el saló va aplegar un miler de convidats.



Congressos i altres esdeveniments



Importants congressos mèdics

Al llarg del 2010, Fira de Barcelona va acollir importants congressos, especialment en el camp de la medicina.

Cal destacar especialment la celebració dels congressos organitzats per la Societat Europea de Respiració, l'Associació Europea d'Urologia, la Societat Europea d'Hematologia i la Unió Internacional de Toxicologia que, en conjunt, van aplegar més de 42.000 professionals, especialistes i representants de sectors industrials relacionats amb les activitats mèdiques.

El pes d'aquestes trobades celebrades a les instal·lacions de Fira confirma l'èxit de la feina desenvolupada a partir del 2006 per atraure grans congressos relacionats amb la salut i contribueix, així mateix, a reforçar el paper de Barcelona en aquest camp.

Altres congressos

- Conferència de Veterinaris del sud d'Europa
- Congrés Global sobre salut materno-infantil
- Congrés sobre malaltia pulmonar obstructiva crònica
- Congrés de Rehabilitació, organitzat pel Col·legi d'Aparelladors de Barcelona, amb el suport de Construmat.
- FOSS4G, conferència per l'Open Source Geospatial Software
- Jornades catalanes d'hipertensió
- Reunió de la Societat Catalana d'Oftalmologia

A més, les instal·lacions de Fira de Barcelona van acollir més d'una setantena d'actes de caire corporatiu i empresarial, institucional i polític, cultural i esportiu, presentacions de productes, rodages publicitaris i sessions fotogràfiques.

Esport, música i cultura

Per la seva incidència ciutadana cal destacar celebracions i activitats en el camp esportiu com els Campionats Europeus d'Atletisme, la tradicional cursa Jean Bouin i la Marató de Barcelona.

Igualment assenyalem que, un any més, el recinte de Gran Via es va convertir en l'Escenari de Nit de Sónar, el Festival de Música Avançada i Art Multimèdia de Barcelona, organitzat per Advanced Music. El festival, referent a nivell internacional, va aplegar 84.000 persones de les quals 45.000 van estar presents a les esmentades sessions nocturnes del 17 al 19 de juny. Les sessions de dia, exposicions i altres activitats se celebren també al CCCB, Macba, CaixaForum, l'Auditori i Teatre Grec de Montjuïc.

Sónar combina aspectes lúdics amb art, avantguarda i experimentació amb els artistes i tendències més consolidats de la música electrònica. El festival ha traspassat les fronteres des de 2002 amb presència a diversos llocs del món com Londres, Nova York, Buenos Aires, Sao Paulo, Seül, Frankfurt, Chicago i Tokio.

Barcelona Harley Days

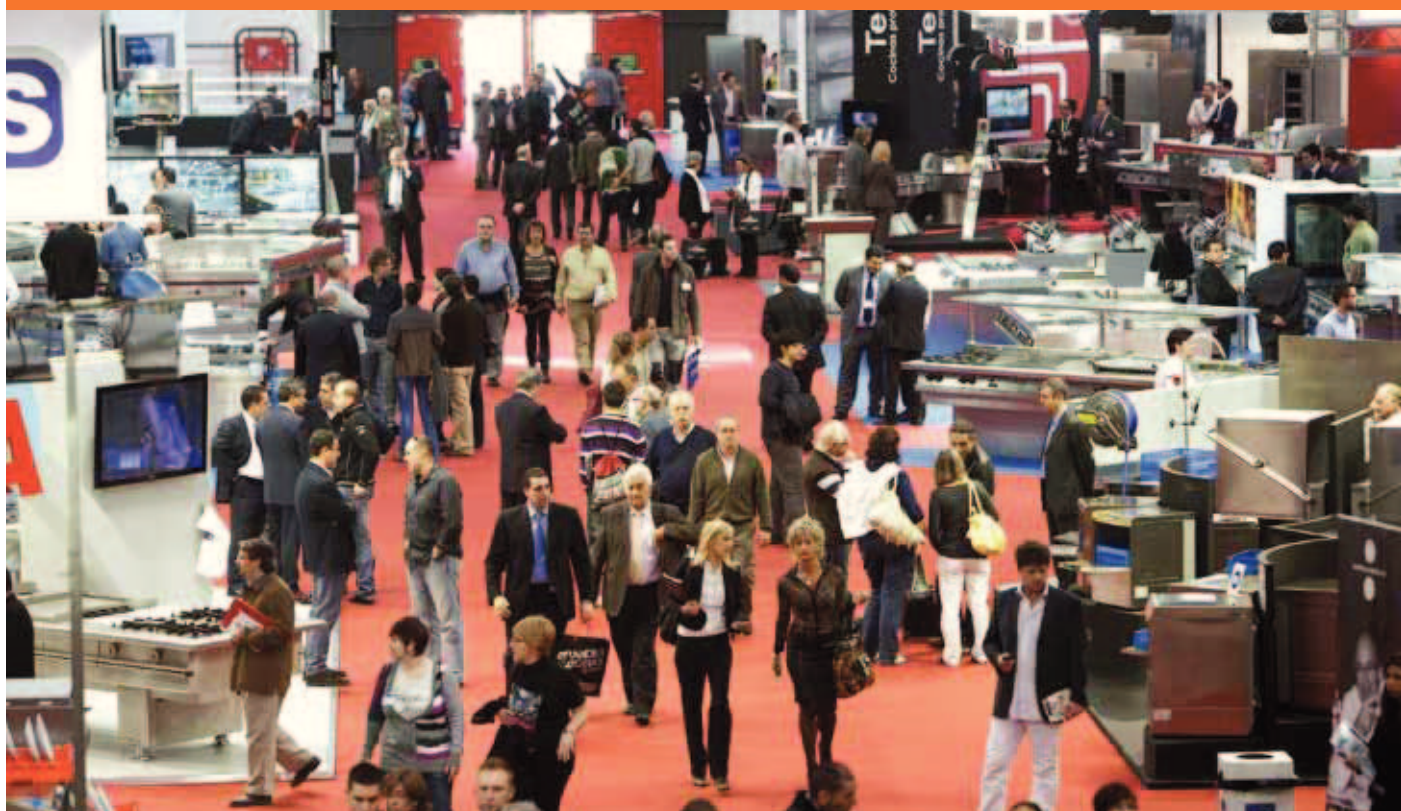
Un altre esdeveniment de gran ressò mediàtic -celebrat en aquest cas al recinte de Montjuïc- va ser Barcelona Harley Days, nova reunió de moters seguidors de la mítica marca nord-americana Harley Davidson, procedents de tot el món. Es van donar cita més de 18.000 motos, moltes de les quals van participar en la tradicional desfilada pels carrers de Barcelona.

Entre les principals novetats van destacar la carpa Ladies of Harley i l'exposició de l'espectacular Harley Custo, motocicleta dissenyada per Custo Dalmau amb finalitats benèfiques.

Cal assenyalar igualment que el desembre de 2010 el Palau número 1 de Montjuïc, cedit per Fira, es va convertir en un dels centres telefònics de la Marató de TV3, dedicada a la investigació per combatre les lesions medul·lars.

FIRA DE BARCELONA
Memòria 2010

Eines per a l'activitat firal



Prioritat comercial

L'Àrea Comercial de Fira de Barcelona va prioritzar, durant el 2010, l'estratègia de la venda de proximitat per afavorir la participació de les empreses en els diversos salons i contribuir així a la seva projecció i a l'acompliment del calendari firal previst.

En aquest sentit, es van fer més de 3.600 visites a potencials expositors, amb una oferta global de productes adaptats a les necessitats de cada client, com ara construcció d'estands, restauració i altres serveis, i es van atorgar les màximes facilitats per fer possible la presència als salons.

L'oferta de *packs* pensats per a cada saló (espai, estand, mobiliari, serveis, accés a Internet, aparcament, etc.) va ser molt ben acollida pels clients. D'altra banda, cal destacar la consolidació de ServiFira Project gràcies a la bona gestió en la venda d'estands de disseny.

L'Àrea de l'Expositor va implementar amb èxit un portal en línia que ajuda l'expositor a millorar i facilitar la gestió de la seva participació en els salons (passis, control i compliment de calendaris, fitxes tècniques de l'espai expositiu, compra de productes i serveis, factures, etc.).

La política de compradors convidats (*hosted buyers program*) va ser un altre dels objectius comercials en què es va posar més l'accent en el marc d'una internacionalització progressiva dels salons de Fira, ja que es va afavorir la presència d'empreses procedents de diversos països, entre els quals figuren les economies emergents.

61 locals de restauració

GastroFira va gestionar, directe o indirectament a través de la concessió a empreses del sector, 61 locals de restauració situats als dos recintes de Montjuïc i Gran Via.

Durant el 2010, GastroFira va col·laborar en el disseny i la concepció de sis nous locals de restauració ubicats als nous pavellons 5 i 7 de Gran Via que es preveu que es posin en funcionament el 2011. Dos d'aquests locals són tipus *fast food*, uns altres dos són restaurants de servei tradicional i també hi ha dos locals amb oferta mixta de bar tradicional i menjar ràpid.

El restaurant Nuclo, situat al recinte de Gran Via, va ser guardonat, per segon cop, amb un sol de la Guia Repsol, i així mateix cal destacar que Nuclo Catering s'ha consolidat com una important oferta per a grans esdeveniments celebrats a Fira de Barcelona.

El 2010 va ser un dels anys amb més activitat congressual des que es va crear GastroFira el 2001. Entre altres importants esdeveniments, es van coordinar els serveis de restauració i càtering de tres grans congressos internacionals, el d'urologia, el de l'aparell respiratori i el d'hematologia, a més del Mobile World Congress, i es van oferir propostes de restauració molt diverses i adaptades a les peculiaritats dietètiques i culturals dels diferents grups de clients.

El 2010 es van servir més de 45.000 *coffee break*, 33.000 aperitius i còctels, 20.000 menús de treball, 10.000 pícnic i 80.000 productes de càtering subministrats directament als estands.



Eficiència energètica i sostenibilitat

Una de les preocupacions de l'Àrea d'Operacions i Serveis al Client va ser la millora de l'eficiència energètica i la sostenibilitat.

A Gran Via s'ha iniciat la implantació d'un innovador sistema de gestió informatitzat, dissenyat expressament per al recinte, capaç de gestionar a la vegada totes les instal·lacions tècniques. Rep més de 150.000 senyals cada 15 segons que permeten actuar automàticament davant possibles anomalies i informar-ne els operadors. Un cop plenament implantat, aquest sistema suposarà un gran estalvi energètic. Així mateix, s'ha treballat per optimitzar els consums, i el d'aigua s'ha reduït en el 40%.

Una prova pràctica del compromís de Fira amb les polítiques de sostenibilitat va ser la signatura del conveni amb Ecoembes (Ecoembalajes España, S.A., empresa sense ànim de lucre que té com a finalitat fomentar el reciclatge), per impulsar el reciclatge d'envasos a les instal·lacions firals. Es calcula que durant el primer any de vigència de l'acord es reciclaran més de 200.000 quilos d'envasos lleugers (plàstic, llaunes i brics) i envasos de cartró i paper. Amb aquesta iniciativa, Fira és pionera en la implantació d'una solució global de recuperació d'envasos, de manera que reafirma la seva aposta pel desenvolupament sostenible i la protecció del medi ambient.

Els esforços fets en aquest camp de la sostenibilitat van ser reconeguts públicament amb el lliurament dels premis Acció 21, instituïts per iniciativa del Consell Municipal de Medi Ambient i Sostenibilitat, que van atorgar una menció especial al projecte presentat per GSMA Event Project Management per reduir l'impacte ambiental d'un gran esdeveniment com és el Mobile World Congress. El jurat en va valorar la capacitat per ser aplicat en altres fires i congressos, i el potencial per posicionar internacionalment Barcelona com a indret on celebrar esdeveniments amb responsabilitat ambiental, i va destacar el paper de Fira de Barcelona per aconseguir-ho.

D'altra banda, Fira de Barcelona va rebre a París, *ex aequo* amb la Fira de Toronto, el guardó que atorga anualment la Global Association of the Exhibition Industry (UFI) en l'apartat d'Operacions, l'Operations Award, que es va centrar el 2010 en solucions concretes relacionades amb l'eficàcia i el cost en l'àmbit de les operacions. La Fira de Munic en va resultar finalista.

La distinció concedida a Fira va reconèixer el treball fet per reduir els costos d'operacions amb diferents iniciatives per alliberar recursos que es poden dedicar a altres activitats i proporcionar un servei de més qualitat a un cost més baix.



Desenvolupament de les TIC

Entre el 2009 i el 2010, Fira va fer un important esforç inversor en tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), que constitueixen una eina imprescindible des de tots els punts de vista.

Una mostra evident de l'alt nivell assolit en aquest camp va ser el desplegament dut a terme amb motiu de la celebració del Mobile World Congress, que va comportar una xarxa de dades MPLS capaç de gestionar més de 250.000 connexions simultànies, la coordinació de més de 900 xarxes Wi-Fi i un sistema de tecnologia RFID amb 40 punts d'accés al recinte de Montjuïc, 140 punts d'acreditació presencial i més de 100 punts de control intern per gestionar els accessos a les diferents ponències celebrades en el marc del congrés de telefonia mòbil.

Més formació

Una de les activitats principals de l'Àrea de Recursos Humans durant l'any 2010 va ser la gestió dels canvis organitzatius derivats de la implantació de la "nova proposta de valor" (revisió del Pla estratègic de Fira), que va afectar sobretot les àrees Comercial, d'Expansió i d'Operacions, i que ha comportat també la creació de la Direcció de Desenvolupament de Negoci Internacional.

Facilitar l'adaptació de les persones a la nova organització, vetllar per l'eficiència dels recursos i disminuir els costos van figurar entre les preocupacions de Recursos Humans, que van apostar pel desenvolupament tecnològic i per externalitzar algunes funcions.

Així mateix, es va prestar una atenció especial a totes les qüestions relacionades amb la formació: 256 persones, el 35% més que el 2009, van assistir a les accions formatives desenvolupades al llarg de l'any, amb un total de 678 hores, el 19% més que l'exercici anterior. Es va continuar actuant en la prevenció de riscos laborals i en la seguretat de les persones que treballen als recintes firals, i el nombre d'accidents laborals es va reduir en l'11%: 16 davant els 18 del 2009, cap de gravetat.

Cal destacar també la signatura d'un acord amb la Fundació Adecco, com a part de l'acompliment de la Llei d'integració social de minusvàlids, per dur a terme accions de sensibilització envers les persones amb discapacitat.

Fira de Barcelona va acabar l'any 2010 amb una plantilla de 286 persones.



FIRA DE BARCELONA
Memòria 2010

Resultats econòmics 2010

Durant l'exercici del 2010 van coincidir diversos factors que van condicionar l'activitat de Fira de Barcelona. D'una banda, la crisi, que va afectar de manera general els principals sectors econòmics representats als salons més emblemàtics. D'altra banda, el fet que el 2010, en tractar-se d'un any parell, es va celebrar un nombre més reduït de salons industrials, el principal actiu de la cartera pròpia de Fira. Així mateix, cal assenyalar que el 2010 no va coincidir amb la celebració de cap esdeveniment de caràcter triennal.

Per analitzar l'evolució del negoci cal tenir en compte l'efecte del calendari de celebració dels principals salons de Fira, la major part de caràcter bienal, per la qual cosa comparem els resultats assolits cada exercici amb el seu equivalent dos anys enrere, en aquest cas l'any 2010 amb el 2008. En el context de dificultat per a les empreses i organitzacions a què ens referíem, els ingressos finalment obtinguts per la institució final durant l'exercici del 2010 van ser de 101,6 milions d'euros, una quantitat inferior a la facturació del 2008 (121,3 milions d'euros), quan l'aguda crisi actual encara no s'havia manifestat plenament a tots els salons i sectors d'activitat.

De manera excepcional, Fira de Barcelona va tenir l'any 2010, i com a segona fase de l'operació iniciada el 2009, uns ingressos extraordinaris de 15,1 milions d'euros procedents de l'explotació del parc fotovoltaic instal·lat a les cobertes dels pavellons del recinte de Gran Via.

Entre els salons d'organització pròpia més tradicionals celebrats el 2010 van figurar Alimentaria, Hostelco, Nàutic, Turisme, Liber, Caravaning i Ensenyament. També dues novetats recents es poden considerar consolidades: Bizbarcelona (la fusió de HiT, Dia del l'Emprenedor i Saló de l'Emprenedor) i les dues edicions del saló de moda urbana i contemporània The Brandedry, celebrades al gener i al juliol.

Els salons i els congressos promoguts per organitzadors externs van continuar aportant un alt volum de negoci. En aquest sentit va destacar, per l'impacte econòmic i mediàtic, el Mobile World Congress, a més de l'EIBTM, entre altres. El 2010 es van celebrar tres congressos europeus mèdics molt rellevants de les especialitats d'hematologia, urologia i aparell respiratori.

COMPTE D'EXPLOTACIÓ FIRA

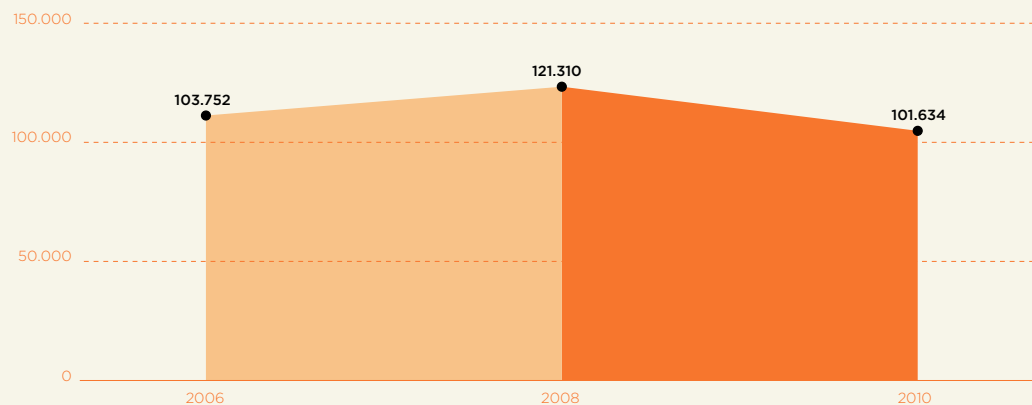
	2006	2008	2010
INGRESSOS	103.752	121.310	101.634
Participació	71.280	78.064	60.786
Serveis	23.888	34.549	33.511
Restauració	8.584	8.698	7.337
DESPESES	89.777	104.729	90.589
Participació	43.993	48.367	40.662
Serveis	15.892	26.880	24.223
Restauració	4.688	5.196	4.312
Estructura (neta)	25.204	24.286	21.392
EBITDA	13.975	16.582	11.045
% Ebitda / Ingressos	13%	14%	11%

Pel que fa a l'evolució de la despesa operativa, que va ser de 90,5 milions d'euros, va presentar una reducció del 14,8%, 15,7 milions d'euros respecte a l'any 2008 (106,2 milions d'euros), fruit del necessari esforç de contenció de costos provocat per la crisi. No obstant això, es va tenir una cura especial a no reduir significativament la partida de promoció dels salons. En aquest sentit, l'esforç més gran es va concentrar a reduir despeses estructurals. La rebaixa en aquest capítol va ser de 4,4 milions (-17%).

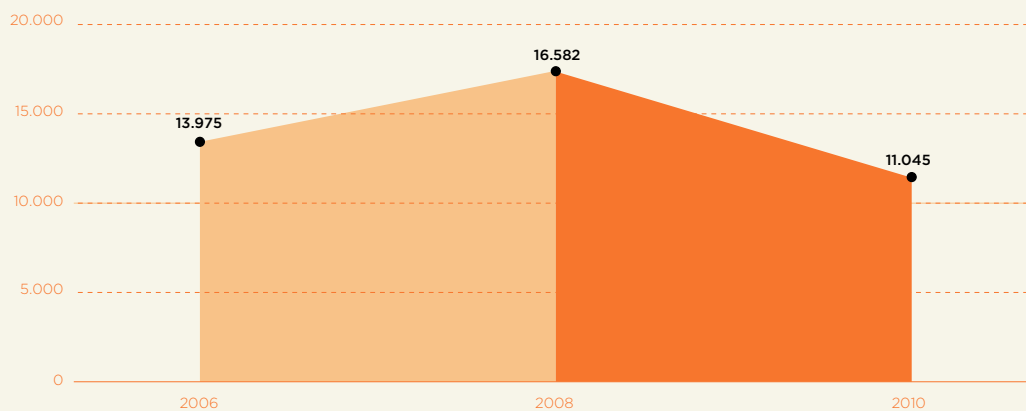
El comportament combinat de les magnituds esmentades va fer que s'assolís un Ebitda d'11 milions d'euros, davant els 15 milions del 2008.

Pel que fa a les inversions, durant el 2010 es va aplicar una política restrictiva, tot i que, per raons d'operativitat, es va actuar en la millora de les instal·lacions al recinte de Montjuïc i en el programa de desenvolupament informàtic, amb uns recursos d'1,5 milions d'euros.

Evolució dels ingressos (milers d'euros)



Evolució de l'Ebitda (milers d'euros)



English text

Xavier Trias

Mayor of Barcelona and President of the Fira de Barcelona General Council

The 2010 outcomes for the Fira de Barcelona are characterized by two major cornerstones: the will to stand up to the crisis and the search for new instruments which will allow us to face the future in the best of all possible conditions.

I fully agree with the Fira's strategy, which enables businesses and the productive sectors to participate in trade shows and events held at our Montjuïc and Gran Via venues. The best way to be effective and move beyond the current financial crisis is by demonstrating a commitment to enterprise, strong companies, innovation, quality, technological developments, and new initiatives. As part of its general strategic plan, the Fira de Barcelona has chosen to emphasize these issues and especially to make sure that a rich program of trade shows is offered.

Now more than ever we need to greet the world with open doors, providing our businesses – especially small and medium businesses, which constitute the majority of Barcelona and Catalonia's productive sector – with a springboard for accessing international markets.

This commitment to internationalization is a major affirmation of the Fira de Barcelona's global identity which is reflected in our missions to 36 countries. In addition to hosting many of the leading industrial and professional trade shows in Spain, the Fira is also preparing to take on new challenges, organizing trade shows and business activities beyond our own frontiers and serving as a consultant to other event organizers and venues.

I would like to briefly mention some specific points related to the Fira's 2010 activities. First, I would like to note that the Fira has hosted major trade shows which are highly important for our own businesses which are active in powerful financial sectors in our country and abroad, including *Alimentaria*, the *Mobile World Congress*, *EIBTM*, *Hostelco*, and the *Barcelona International Boat Show*, among others.

I would also like to point out the major conferences related to health sciences which have taken place. These events – including conferences on hematology, the respiratory system, urology, and toxicology, among others – underscore Barcelona's importance and prestige in this crucial field. We should also be pleased with the growth of trade shows created in the last few years and serving emerging sectors – events such as *Hit Barcelona*, which focuses on knowledge and is part of *BIZ Barcelona's*

broader specialization in entrepreneurship and innovation, or *The Brandery*, which spotlights contemporary urban fashion.

Despite the crisis which has affected businesses and institutions, the Fira de Barcelona has seen positive economic outcomes.

We should congratulate ourselves for the significant number of functions, conferences, symposia, and business meetings – more than four hundred – which have sprung up around the trade shows organized at the Fira de Barcelona's venues. These demonstrate the importance of shows as spaces not only for developing business relationships – their main *raison d'être* – but also for solving problems, fostering ideas for the future, and, in short, promoting initiatives which benefit society in general.

As Mayor of Barcelona, I would be remiss not to mention the Fira's financial contributions to the economy of the city and nearby areas which naturally impact businesses and employment. Similarly, it is important to highlight the Fira's role in hosting major international meetings, combining its technical and professional capabilities with the prestige generated by the Barcelona brand across the globe.

Finally, I would like to stress the fact that the Fira de Barcelona is the sum of numerous projects and initiatives sponsored by institutions (the Government of Catalonia, Barcelona City Council, and Barcelona Chamber of Commerce), organizations, business associations, and civil society as a whole. I would venture to say that these enjoy widespread consensus which fosters our overarching goals of progress, economic growth, the creation of wealth, and well-being. We are all committed to these responsibilities, and I am convinced that Catalonia's capital, Barcelona, has a key role to play in this process.

F. Xavier Mena

Minister for Business and Employment
Government of Catalonia and first vice-president of Fira de Barcelona General Council

Once again last year, Fira de Barcelona successfully achieved its objectives, organising an extensive and ambitious range of shows and events throughout the year in the most strategic sectors of the production economy, and consolidating Barcelona and Catalonia as an international benchmark in this field. It did so against a backdrop of recession that makes it advisable to consider new areas of work, in keeping with the restless spirit that has made it one of the key factors in our country's

social and economic revitalisation over the years. Indeed, the present situation has contributed to greater emphasis being placed on the challenges of the future and an increase in the scope of the Fira's ideas and activities, and this trend, which goes beyond economic cycles, is the best indication of the institution's strength.

One only need consider the major figures for 2010 to get some idea of this vitality: 57 shows and congresses and over 70 events of various types took place, as well as 400 events related to the shows organised. They included leading events such as *Alimentaria*, *Hostelco*, and *Mobile World Congress*, true global benchmarks in their respective areas, as well as the undeniable importance of the medical congresses held at Fira, due to Barcelona's influence in the health and biomedical research field. If we add the over 100 million euros in direct income generated by Fira in 2010, it makes us not only proud of the work done to date, but also genuinely optimistic in terms of the outlook for the future.

The Fira, which has adopted a policy of strengthening its events by means of innovation and attracting key markets in the technological and industrial development of the twenty-first century society, knows that these objectives must involve the strategic internationalisation of its activities. This can be seen in the high percentage of foreign exhibitors and visitors at the shows, which make a significant contribution to the promotion of our businesses abroad, as well as Fira's extensive network of offices around the world. Another result is its plan to develop new business areas in emerging markets, and especially in Asia and Latin America, based on the participation of exhibitors at Fira shows in other countries, while also offering consultancy and knowledge management services to their institutions. The Fira is also placing a great deal of emphasis on strengthening its shows, while making a clear commitment to technology at the service of exhibitors and promoting contacts between visitors and purchasers, and exploring means of strengthening the sectors providing services for the institution.

Taken together, all the above are very important initiatives for the creation of new sources of wealth affecting all layers of our society and which can generate employment in the short and long term, and place us in a strong position in terms of projects and candidatures in which the Fira and the city of Barcelona are involved, such as holding the *Mobile World Congress* after 2012 and the election of the city that will become *Mobile World Capital*.

All these guidelines and visions for the present and future are fully consistent

with the aspirations of the government of Catalonia in terms of our growth, and for this reason it only remains for me to congratulate the Fira on the work it has done and the commitments it makes every day to moving forward firmly and resolutely, overcoming difficulties and the growing competition from international markets. It is now the responsibility of all of us to return business in Catalonia to an even keel, and that is why I invite everyone, institutions and public administrations, to continue to work with us in raising the profile of the work of Fira Barcelona so that it continues to be an important player in the economic leadership of our country's present and future.

Miquel Valls i Maseda

President of the Barcelona Chamber of Commerce and second vice-president of Fira de Barcelona General Council

It is once again time to take an overall look at the work done by Fira de Barcelona in 2010. Despite the economic crisis, its commitment to internationalisation and added value made 2009 a year in which strategy and innovation played a central role. Throughout 2010, Fira de Barcelona continued to play a role of economic regeneration, providing support for businesses and making an economic contribution to the city and the surrounding area.

Although 2010 was also a year defined by the recession which affected both companies and all the Spanish and European trade fair organisations, the overall assessment of the Fira is a positive one. Due to the trade fair calendar, the levels of work were lower and income amounted to 101 million euros, in line with the budgeted figure. An important aspect that should be taken into account is that 25% of total turnover came from foreign clients.

The trade fair calendar was maintained, and featured 57 shows. In order to achieve this, business were provided with support and a dialogue with numerous sectorial associations took place. Dialogue with the government was also encouraged, as were financing lines for exhibitors and purchasers in order to reinforce the Fira's internationalisation. The result of all the above is that major shows such as Alimentaria, Mobile World Congress, Hostelco, the International Boat Show and EIBTM were successful. In 2010, apart from the major shows, 70 varied activities were organised and over 400 took place at the shows held, which highlights our Fair's status as a forum for gathering knowledge.

Another aspect that was reinforced

throughout last year was the strategy of attracting major congresses in the medical and healthcare field. This effort led to five large international events being held, in the areas of hematology, respiration, urology, toxicology and veterinary science. These events taking place in Barcelona undoubtedly generates a significant level of economic activity that benefits the city and the surrounding area, and reinforces the brand and the position of the production sectors linked to innovative activities.

These are difficult times and for that reason the efforts of Fira de Barcelona to design and implement a new institutional and business strategy, anticipating the challenges of the future and the changes taking place in markets and the international trade fair sector, should be given the recognition that is due.

Josep Lluís Bonet

President of the Board of Directors

The acute recession continued to affect the business of most companies and institutions in 2010. Naturally, under these circumstances Spanish and European trade fairs, including Fira de Barcelona, have not been exempt from its effects because they are a reflection of the situation in the sector and the business community.

Despite the above, it must nonetheless be said that our trade fair institution has obtained results that can only be described as positive: its income, 101 million euros, and the EBIDTA, of 11.1 million euros, are consistent with the anticipated figures.

Last year, Fira de Barcelona confronted events based on the same philosophy to which it has been committed since the recession began: with the desire to contribute more than ever to regenerating the economy, giving full support to businesses and economic sectors and continuing to generate economic activity in the city and the surrounding area. It is the very nature of Fira de Barcelona, which has always been committed to the country's economic fabric.

Maintaining the schedule of fairs has once again been essential in implementing this policy. Holding the shows is a practical way of instilling confidence in exhibitors and visitors and as well as a statement of good intentions, enables business opportunities to arise, as well as the sharing of opinions, highlighting trends and discovering new ideas.

57 shows took place in 2010, including international benchmarks such as Mobile World Congress, Alimentaria, EIBTM, Hostelco, and the International Boat

Show, to mention just a few, as well as large medical and healthcare congresses. Fira also hosted 70 corporate activities and 400 events which took place during the shows, which confirm that its commitment to knowledge and sharing experiences and approaches is also a means of helping to strengthen businesses and outline new perspectives for the future.

There are various areas of Fira de Barcelona's activities which should be emphasized: its active work in the commercial field, its links and close cooperation with numerous professional sectorial associations, its contacts with government bodies and its desire to facilitate participation by exhibitors and visitors. This all involves the work and dedication of its managers and all those working at the Fira as well as significant social and institutional support. This was highlighted by the preparation and presentation of Barcelona's and the Fira's candidature not only to continue organizing the Mobile World Congress from 2012 onwards, but also – and very importantly for the city – to become the Mobile World Capital.

Internationalization is once again obviously one of the Fira's main priorities, as it now has an important number of foreign exhibitors and visitors to its professional shows and is represented in 36 countries.

It must be emphasized that internationalization makes a major contribution to the promotion of businesses abroad, and that is why our institution believes that the time has come to take a step forward in its international activity by also thinking of it in terms of an opportunity to do new business with new international operators, cities and venues and to explore new markets and new opportunities for our producers.

This approach was part of Fira de Barcelona's strategy throughout 2010 – which was reformulated as a "new value proposal" – in view of the fact that it is not only a question of overcoming the economic crisis but also acting as a leader and anticipating the needs of the future and the new demands of the market and the trade fair sector itself.

The new value proposal also includes a firm commitment to the positioning of the Fira's own shows, to generating a new forum for contact between exhibitors and visitors, to unreservedly promoting technology and to making the large events into true sectorial summits where the contribution of knowledge is an added and distinctive value.

These are challenges that Fira de Barcelona is considering from a perspective of prudence and responsibility, but also based on commitment, leadership and the desire to contribute to the country's economic recovery.

Governing Bodies

GENERAL COUNCIL

President

Xavier Trias i Vidal de Llobatera

First vice-president

F. Xavier Mena i López

Second vice-president

Miquel Valls i Maseda

Members

M^a Àngels Barbarà i Fondevilla

Albert Carreras de Odriozola

Josep Cercós Martínez

Enric Enrech i Artal

Alberto Fernández i Díaz

Joan Gaspart i Solves

Marc Guerrero i Tarragó

Jordi Hereu i Boher

Núria Marín i Martínez

Josep Morell i Miró

Jordi Portabella i Calvete

Pau Relat i Vidal

Pau Villòria i Sistach

General Secretary

Ignacio Toda Jiménez

General Manager

Agustín Cerdón Barrenechea

BOARD OF DIRECTORS

President

Josep Lluís Bonet i Ferrer

Members

Josep Arcas i Romeu

Núria Basi i More

Jordi Clos i Llombart

Enric Crous i Millet

Bruno Figueras i Costa

Pere Fontana i Garcia

Enrique Lacalle Coll

General Secretary

Ignacio Toda Jiménez

General Manager

Agustín Cerdón Barrenechea

EXECUTIVE COMMITTEE

General Manager

Agustín Cerdón Barrenechea

Director of Expansion

Pere Camprubí i Nieto

Director of Institutional Relations and Protocol

Emili Farrerons i Pascual

Director of the Human Resources Area

Olga Figuerola i Giménez-Coral

Administration and Finances Director

Salvador Fosalba i Auró

Communication Director

Amparo Losada Torres

Sales Area Director

Albert Planas i Riera

Client Services and Operations Director

Salvador Tasqué i Díez

Director of International Business

Ricard Zapatero i Camps

Fira Barcelona Offices

Algeria

Bcn Promotions

Jessica Abdouh

34, rue Geoffroy Saint Hilaire

75005 Paris, France

Tel. 33 1 47 07 29 39

Fax. 33 1 47 07 32 10

algeria@firabcn.es

Argentina

Analia Wlazlo

Tucumán, 1625 - 2º A

1050 Capital Federal - Buenos Aires

Argentina

Tel. 00 54 11 43723519

Fax. 00 54 11 43710083

argentina@firabcn.es

Austria

Messe Barcelona

Matthias Poensgen

Albrechtstrasse, 8

72072 Tübingen, Germany

Tel. 49 7071 365 595

Fax. 49 7071 365 596

austria@firabcn.es

Belgium

Koraal Consulting

Micole Smits

Heerlenerweg 10

6132 CM Sittard

The Netherlands

Tel. 31 46 400 04 46

Fax. 31 46 458 56 35

belgium@firabcn.es

Brazil

CNBE S.L.

Jordi Solé

Francisco Orjales

Rua Augusta, 2862. Sala 3 - Jardins

01412-100 São Paulo, Brazil

Tel. 55 11 3063 1067

Fax. 55 11 3062 9725

brazil@firabcn.es

Chile

Osvaldo Cabrera

Luis Thayer Ojeda 0191, Of. 906

Providencia - Santiago de Chile, Chile

Tel. 56 2 657 24 37

Fax. 56 2 657 24 36

chile@firabcn.es

China

Noe China

Lisa Qu Lengyuan

Rm. 616, JuAn Mansion, N° 211 Urumchi (N.)

Rd.,

JingAn Distr., 200040 Shanghai, China

Tel. 86 21 516 96889

Fax. 86 21 510 79779

china@firabcn.es

France

Bcn Promotions

Gérard Escrivã

34, rue Geoffroy Saint Hilaire

75005 Paris, France

Tel. 33 1 47 07 29 39

Fax. 33 1 47 07 32 10

france@firabcn.es

GCC Countries: Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi Arabia, United Arab Emirates (U.A.E)

FBS Feed Back Services

Enrique Urrutia

P.O.Box 450316, Dubai - U.A.E.

Tel. 971 50 802 65 73

gcccountries@firabcn.es

Germany

Messe Barcelona

Matthias Poensgen

Albrechtstrasse, 8

72072 Tübingen, Germany

Tel. 49 7071 365 595

Fax. 49 7071 365 596

germany@firabcn.es

Holland

Koraal Consulting

Micole Smits

Heerlenerweg 10

6132 CM Sittard

The Netherlands

Tel. 31 46 400 04 46

Fax. 31 46 458 56 35

holland@firabcn.es

Hong Kong

Fairs communications int'l Co., LTD

Simon Yu

5 Fl., N° 255, Yen Chi Street

Taipei- 106, Taiwan

Tel. 886 2 2708 0927

Fax. 886 2 2701 0627

hongkong@firabcn.es

India

Comnet Exhibitions PVT. LTD.

Yogita Kackar

217-B (2nd Floor) Okhla Industrial Estate

Phase III - New Delhi - 110020, India

Tel. 91 11 4279 5000

Fax. 91 11 4279 5098 / 99

india@firabcn.es

Iran

FBS Feed Back Services

Enrique Urrutia

P.O.Box 450316, Dubai - U.A.E.

Tel. 971 50 802 65 73

iran@firabcn.es

Ireland

Expandys Limited

Emmanuel Bisi

Winchester House, 259-269

Old Marylebone Road - Suite 2.02,

London - NW1 5RA

United Kingdom

Tel. 44 2077 238327

Fax. 44 2071 704125

ireland@firabcn.es

Israel

Tavor Economic Consultants LTD

Sergio Vinitsky

Corex House, 10 Zarchin St.

P.O. Box 3030 Raanana 43662, Israel

Tel. 972 9 777 68 08 / 09 / 00

Fax. 972 9 777 68 05

israel@firabcn.es

Italy

Expo Consulting

Marco Barozzi

Via Brugnoli 8

40122 Bologna, Italy

Tel. 39 051 649 31 89

Fax. 39 051 649 32 42

italy@firabcn.es

Jordan

FBS Feed Back Services
 Enrique Urrutia
 P.O.Box 450316, Dubai – U.A.E.
 Tel. 971 50 802 65 73
 jordan@firabcn.es

Lebanon

FBS Feed Back Services
 Enrique Urrutia
 P.O.Box 450316, Dubai – U.A.E.
 Tel. 971 50 802 65 73
 lebanon@firabcn.es

Luxembourg

Koraal Consulting
 Nicole Smits
 Heerlenerweg 10
 6132 CM Sittard
 The Netherlands
 Tel. 31 46 400 04 46
 Fax. 31 46 458 56 35
 luxembourg@firabcn.es

Mexico

Osvaldo Cabrera
 Luis Thayer Ojeda 0191, Of. 906
 Providencia- Santiago de Chile, Chile
 Tel. 56 2 657 24 37
 Fax. 56 2 657 24 36
 mexico@firabcn.es

Morocco

Bcn Promotions
 Jessica Abdoulaoui
 34, rue Geoffroy Saint Hilaire
 75005 Paris, France
 Tel. 33 1 47 07 29 39
 Fax. 33 1 47 07 32 10
 morocco@firabcn.es

Portugal

Expotec
 João Aguas
 P.O.Box 32, P- 2894-909 Alcochete
 Portugal
 Tel. 351 212 348 016
 Fax. 351 212 342 776
 portugal@firabcn.es

Russia

Mercados Exteriores Consulting & Events
 José Montoro
 Gogolevskiy Bulevar, 17, office 508
 119019 Moscow, Russia
 Tel: 7 495 642 46 90
 Fax: 7 495 637 37 93
 russia@firabcn.es

Syria

FBS Feed Back Services
 Enrique Urrutia
 P.O.Box 450316, Dubai – U.A.E.
 Tel. 971 50 802 65 73
 syria@firabcn.es

Switzerland

Messe Barcelona
 Matthias Poensgen
 Albrechtstrasse 8
 72072 Tübingen, Germany
 Tel. 49 7071 365 595
 Fax. 49 7071 365 596
 switzerland@firabcn.es

Taiwan

Fairs communications int'l Co., LTD
 Simon Yu
 5 Fl., N° 255, Yen Chi Street
 Taipei -106, Taiwan
 Tel. 886 2 2708 0927
 Fax. 886 2 2701 0627
 taiwan@firabcn.es

Tunisia

Bcn Promotions
 Jessica Abdoulaoui
 34, rue Geoffroy Saint Hilaire
 75005 Paris, France
 Tel. 33 1 47 07 29 39
 Fax. 33 1 47 07 32 10
 tunisia@firabcn.es

Turkey

Senexpo, Uluslararası Fuarçılık A.Ş.
 Metin Ciplak
 Hurriyet Mh. Dr. Cemil Bengü Caddesi n° 103
 D.1 Sisli – Istanbul, Turkey
 Tel. 90 212 224 68 78
 Fax. 90 212 224 85 58
 turkey@firabcn.es

Ukraine and Commonwealth of Independent States (CIS)

Mercados Exteriores Consulting & Events
 José Montoro
 Gogolevskiy Bulevar, 17, office 508
 119019 Moscow, Russia
 Tel: 7 495 642 46 90
 Fax: 7 495 637 37 93
 ukraine@firabcn.es

United Kingdom

Expandys Limited
 Emmanuel Bisi
 Winchester House, 259-269 Old Marylebone
 Road
 Suite 2.02, London NW1 5RA
 United Kingdom
 Tel. 44 2077 238327
 Fax. 44 2071 704125
 unitedkingdom@firabcn.es

Year 2010

ANOTHER STEP FORWARD

As was the case in the previous year, 2010 was also affected by the recession. Its effects were felt in the business and industrial community, most Spanish and European trade fair organisations, governments - forced to deal with the deficit in public accounts - and individuals, and as a consequence, in general levels of wealth and employment.

2010 must at least be described as complicated, given the situation in terms of the markets, credit and trade fair business expectations. Nonetheless, the results of Fira de Barcelona were satisfactory in overall terms: income of 101 million euros, a decline of 5% compared to the initial budget and an EBITDA of 11.1 million euros, similar to the anticipated figure. These figures are positive taking into account that unlike other years, no three-yearly show was held in 2010.

Fira de Barcelona took the decision at the beginning of the recession to prioritise the organisation of shows and the participation of companies above all other considerations. Indeed, its full completion of the trade fair schedule highlights

the Fira's role in economic regeneration, support for businesses and sectors, the promotion of business opportunities and its economic contribution to the city and the surrounding area. The impact of the range of shows and events held in its Montjuïc and Gran Via areas is valued at 2,500 million euros.

The efforts of Fira de Barcelona to provide a response to the recession, boost the economy and contribute to welfare received broad based institutional, social and media support.

Apart from its responses on a day-to-day basis, in 2010 the institution worked on creating a strategic response to the recession and the changes it has caused - "the new value proposal" - which stresses promoting shows, innovation, the international dimension and client services.

THE NEW VALUE PROPOSAL

In short, this new value proposal is how the 2006-2015 Strategic Plan has been adapted to the new requirements of the trade fair market, covering new projects that enable progress to be made in the challenges of the future with creativity, speed and leadership.

It is based on strengthening Fira's own shows and a new model of personal service using tools such as the "business match" to foster contacts between exhibitors and visitors; boosting the figure of the purchaser and hosted buyers programmes and making full use of the possibilities of technology and rational marketing.

The new value proposal - which has involved a restructuring of the organisation's executive structure - is also committed to the new strategic sectors and reinforcing the role of the large shows as "sectorial summits," as knowledge forums where each sector can reflect on the latest trends and solutions.

In line with the policy implemented by Fira, especially in recent years, the development of international business is another central theme.

However, this international business concept is beginning a new phase consisting of the development of new opportunities abroad, especially in Asia and Latin America, which are focused basically on fostering the participation of exhibitors at Fira shows at events in other countries; staging some of the shows held in Barcelona and selling services, technology, management and consultancy services to other organisers and venues.

Intensive work has been done to analyse the needs of emerging markets and the contributions that Catalan and Spanish businesses can make. The proposals for fairs abroad are initially focused on

the hostelry equipment, swimming pool and water and construction sectors.

As this Report went to press, the organisation of Construmat China with the China Council for the Promotion of International Trade Building Material division (CCPIT-BM) was announced for July 2012. This event will emphasise quality and sustainability, will be held in Beijing and is expected to feature 200 exhibitors. Fira will be responsible for promoting the presence of international exhibitors, including those from Catalonia and Spain, and organising a seminar on quality and sustainability.

Fira de Barcelona ended 2010 with significant international activity: it is represented in 36 countries all over the world and 41% of the exhibitors at its shows are foreign, as are 25% of the foreigners.

Participation at shows is an opportunity for small and medium companies and entrepreneurs to come into contact with the foreign market at affordable prices. This aspect is particularly important when dealing with companies abroad, and exporting products and services, may offset the decline and weakness of the domestic market.

COMMERCIAL POLICY

The implementation process for the new value proposal is dynamic and as a result, much of the work done in 2010 was based on the renewed strategic objectives.

Throughout the year, Fira de Barcelona strengthened its commercial branch in order to foster participation by more companies at its shows. Over 3,600 clients were visited and relationships with the more than 400 professional and employers' associations working at the shows were reinforced even further.

As well as fostering business activities and opportunities, it continued its policy of promoting the financing goods purchased at the shows, by facilitating agreements with banking and credit institutions.

SHOWS AND BUSINESS

57 shows and events were held in 2010, and the majority of these were adapted to the needs of the situation. In general, they withstood the effects of the recession very well and contributed to boosting economic activity. Events making a major impact included Alimentaria, EIBTM, Mobile World Congress, the Boat Show, the International Logistics Show, The Brandery, Tourism, Barcelona Bridal Week, Cosmobelleza, Bizbarcelona Liber and Hostelco, among others. In total, they attracted over two million visitors.

The congresses staged included five

major international events, the European Congresses on Hematology, Respiration, Urology Toxicology and Veterinary Science, which were attended by over 42,000 professionals. This ongoing policy of attracting large-scale medical and healthcare shows, which is also consistent with Barcelona's importance in the health sciences field. 2010 also saw the announcement of the next meeting of the European Cardiology Congress, which will take place in the summer of 2014 in the Gran Via area.

Also worthy of mention in a review of the year is the Rehabilitation Congress, organised by Barcelona College of Surveyors, with the support of the Construmat show, which stressed the need to find alternatives in the construction field.

As well as the shows and large congresses, over 70 other activities took place in the various Fira venues and facilities, including corporate events, product presentations, social, sports, political and institutional events, and a great deal of advertising work.

Meanwhile, the shows featured over 400 congresses, seminars, seminars, training, cultural and dissemination activities, which increased their importance as forums for the transfer of knowledge. As mentioned above, Fira de Barcelona encourages the shows to gradually become sectorial meetings par excellence based on the triple aspects of business, knowledge and the promotion of business culture.

AN INTERNATIONAL PLATFORM AND AREA FOR INNOVATION

The institution's desire to continue consolidating itself as one of the leading European platforms for major international events, reinforcing the mutual strength of the Barcelona brand and the Fira, is inextricably linked to promotion abroad. The organisation of large events provides businesses and entrepreneurs with the opportunity to come into contact with international companies and visitors, leading to commercial and business contacts and the exchange of knowledge.

Intensive work was done throughout 2010 on the preparation and presentation of Barcelona's candidature to continue hosting the Mobile World Congress and to become the Mobile World Capital after the process begun by GSM Association, the organising body of the event. Barcelona, which has hosted the Mobile World Congress since 2006, is hoping to become the permanent capital of mobile communication in the next years, based around three themes: a major technology centre, a cultural festival and an annual congress in the strictest sense.

Barcelona competed against Milan, Munich, and Paris and saw its candidacy supported not only by the Fira but also by public administrations and institutions including the Barcelona City Council, Government of Catalonia, and Barcelona's Ministry of Industry, Barcelona Chamber of Commerce and Tourism Barcelona's. It also received support from large businesses, business schools, and experts.

Fira has continued to work intensively in the field innovation with the creation of new trade fair shows and products in response to the demand from businesses and society, in line with the promotion of a knowledge-based economy and products with added value.

Worthy of special mention in 2010 was the celebration of HiT Barcelona, which is now part of Bizbarcelona, which includes various initiatives related to entrepreneurship, innovation and talent, and The Brandery, the urban and contemporary fashion show focused on the role and importance of brands which enhances Barcelona's prestige in the field of fashion and design.

The design of new shows was completed during the year, and these will take place for the first time in 2011 and 2012. They include FM & BS (Facility Management & Business Service), which specialises in outsourcing of services, and Expomóvil Commercial, a show specialising in spare parts, accessories, equipment and after-sales service for cars. Work was also done on the new focus of Ecocity, which became Eco & Smartcity Expo, highlighting the application of information and communication technologies in urban services.

NEW PAVILIONS IN GRAN VIA

A great deal of work was also done on the logistics of the meeting of the ITMA (International Textile Machinery Association), the world's most important textile technology show, which will be held in September 2011 and take up the entire Gran Via area. In 2010, significant progress was made on the construction work of the last two pavilions in the area, which add 40,000 m² to its area. With the completion of these new exhibition areas in the Spring 2011, the Gran Via area now has a gross area of 240,000 m² and Fira de Barcelona as a whole, with the Montjuïc area, has over 400,000.

One of the aspects of Fira's business innovation is connected with promoting new technologies for use by exhibitors and visitors. The institutional and show websites received more than 12 million hits in 2010, in addition to the hits on the websites of external organisers. Likewise, there was a substantial increase in the use

of e-commerce by Fira de Barcelona clients and a growth in the use of social networks, especially in the large shows with high attendance levels which set trends related to fashion and consumption.

It is particularly interesting that in 2009 and 2010 a considerable investment was made in information and communication technologies (ICTs). These technologies are a milestone which also highlights the particular importance of sustainability and respect for the environment. In this respect, the trade fair institution continued to work ceaselessly to promote recycling, to minimise the environmental impact of major events, and towards energy saving and the energy efficiency of its facilities.

Trade Show Chairpersons

ALIMENTARIA

Josep Lluís Bonet i Ferrer

MOTOR SHOW

Enrique Lacalle Coll

AVANTE

Santiago Moreno

BARCELONA MEETING POINT

Enrique Lacalle i Coll

BCN RAIL

Xavier Vizcaino Muñoz

BIZBARCELONA

Jordi William Carnes i Ayats

BTA

Llucià Casellas i Puig

CARAVANING

Ramon Nuez Pérez

CONSTRUMAT

Josep Miarnau Montserrat

EIBTM

Joan Gaspart i Solves

EQUIPLAST

Vicenç Mateu i Ortiz

EUROSURFAS

José Luis Diloy i Barrio

EXPOMINER

Eudald Carbonell i Roura

EXPOQUÍMIA

Rafael Foguet i Ambrós

EXPOECOSALUD

Jordi Sagrera i Ferrándiz

EXPOMÓVIL COMERCIAL

Antoni Marsal i Fàbregas

FM&BS (MANAGEMENT & BUSINESS SERVICES WORLD SUMMIT)

GLOBALGEO

Lluís Sanz i Marco

GRAPHISPAG

Miquel Heredia i Lafita

GRAPHISPAG DIGITAL

Rafael Farrés i Ferrer

Jesús Garre i Lacalle

HISPACK

Javier Riera-Marsà i Bonmatí

HOSTELCO

Jordi Roure i Boada

INFARMA

Jordi de Dalmases i Balaña

INFANCIA

Judit Mascó i Palau

INSTALMAT

Pere Miquel Guix i Vidal

LIBER

Pedro de Andrés

MAQUITEC

Josep Morell i Miró

INTERNATIONAL PET WEEK

Paolo Ongari

INTERNATIONAL BOAT SHOW

Luis Conde Möller

NOVIAESPAÑA

Francesc Flaqué i Fontanals

OCASIÓN

Jaume Roura i Calls

PISCINA

Eloi Planes i Corts

SIL - INTERNATIONAL LOGISTICS SHOW

Enrique Lacalle Coll

SITC - TOURISM

Raimon Martínez Fraile

SMART CITY EXPO

Ramon Roca i Enrich

SONIMAGFOTO & MULTIMEDIA

Enric Galve

Alimentaria

The International Food and Beverages Exhibition

22-26/03

Montjuïc. 18th event

Area: 168.000 m²

Exhibitors: 3.936

Type: professional

Activities: demonstrations, exhibitions, forums and conferences, business meetings

Organised by Alimentaria Exhibitions, joint venture between Fira de Barcelona and Reed Exhibitions.

Alimentaria, the leading Spanish food event and one of the world's three most important food fairs, ended its 2010 exhibition with very satisfactory results. Visitor numbers, 140,500 people, increased by 8% compared to estimates. The exhibition's cosmopolitan nature was one of its distinguishing features: 25% of the visitors came from 155 countries and the 4,000 exhibiting companies, including direct and represented companies, came from 75 countries, making Alimentaria an essential international event.

Alimentaria 2010 was a platform for internationalisation for thousands of Spanish food and agriculture companies, for which the exhibition is the main means of promotion abroad. More than 8,000 meetings were organised between Spanish companies and international distributors under the auspices of the Federation of Food and Drink Industries, the Spanish Foreign Trade Institute and the Government of Catalonia's ACCIÓ, in collaboration with other institutions in the sector.

On this occasion, the International Food Forum published a new study produced by Synovate, entitled "What does a brand consumer expect today? The manufacturer's role as a brand manager." The Forum, which has been held at Alimentaria since 2002, takes an in-depth look at aspects related to consumer habits, emerging markets, communication with consumers, etc. According to the study, brands are the standard bearers for the internationalisation of the Spanish food and agriculture industry.

The International Congress on the Mediterranean Diet included various speeches on the main foods that the diet includes, their development and current situation.

Meanwhile, the IV BCNVanguardia gastronomy congress, another well-known Alimentaria event, involved experimentation in front of a professional audience. "Experimenta" was the name of the event at which all the speeches were accompanied by live tastings. Those attending were able to try the sophisticated creations by the chefs and hear at first hand the announcement by Ferran Adrià of the cooperation agreement between the Alicia Foundation and Harvard University, under the terms of which various Catalan chefs will teach at the American university.

As usual, Alimentaria was also a showcase for many trends and new ideas. From wine to alcohol to chocolate cheese, to antioxidant green coffees: the range of products that the exhibiting companies launch when the exhibition takes place is original and extensive. Meanwhile, the seventh Innoval in 2010 became consoli-

dated as the international observatory for R+D+i in food. Conceived as an ideas cluster, Innoval 2010 showed exhibitors, purchasers and the media hundreds of innovative products and presented its prizes.

Antiquaris BCN

Barcelona Antique and Modern Art Show

16-24/10

Montjuïc. 34th event

Area: 5,000 m²

Exhibitors: 49

Type: professional and public

Activities: Desire Space

Organised by Flaqué Internacional

6,000 years of history embodied in 15,000 works of art exhibited for collectors and enthusiasts. That what was on display to visitors at the latest Antiquaris Barcelona in 2010, which also marked the beginning of a new era in which the exhibition brought together two of the major events in the sector in Catalonia: Antiquaris Barcelona and the Royal Dockyards Art Exhibition. As a result, the event became an essential meeting point for professionals, collectors and enthusiasts wishing to see classic and contemporary works of art.

The show exhibited pieces from all the centuries, artistic trends and different price ranges in an area entitled the "Desire Space," which provided an opportunity to purchase high quality works of art at prices under 3,000 euros in order to entice young art lovers into starting a collection.

The exhibition included paintings, engravings, lithographs, sculptures, fine jewellery, tapestries, furniture from various periods and in different styles, African art and archaeological pieces worthy of any museum. The latter included sculptures dating from the Roman Empire, Imperial terracottas from the Chinese cultural golden age of the Tang Dynasty and a stele from the ancient Kingdom of Sabah dating back to the end of the first millennium B.C. Contemporary painting and sculpture were represented by creations by Picasso, Dalí, Barceló, Miró, Plensa and Tàpies.

Auto Retro Barcelona

Collector's Cars and Motorcycles Exhibition

04-08/12

Montjuïc. 27th event

Area: 30,850 m²

Exhibitors: 300

Type: public

Activities: exhibition of classic cars, tributes, classic car rallies

Organised by Promobil Group SCP.

Auto Retro confirmed its standing with one of the most dynamic events in recent years, achieving impressive figures including the presence of 300 exhibitors from eight nationalities, almost 600 vehicles on display and a total of 59,000 visitors. The international motor, motorcycle, aviation and classical sailing show reaffirmed its credentials as the leading event in its field in southern Europe.

One of the most successful activities was the rally organised by Rally Classics, in which around 200 vehicles participated. They were displayed in Avenida María Cristina, and driven around the old Montjuïc circuit, which used to be one of the most important in Europe. A large slot-car track also reproduced the legendary track, and reproductions of historic competition cars competed on it. The veteran driver Juan Fernández, the leader of the Montjuïc motor racing team, received a special tribute.

The central display at the event was dedicated to the centenary of Alfa Romeo, and featured an exhibition of 14 of the company's most famous models. Also worthy of note was the SEAT 600 repair competition, the exhibition of 20 motorcycles from the Catalan Sanglas brand and the display dedicated to the Barcelona manufacturer of single seater bikes Selex, on its 50th anniversary.

The purchase of spare parts and accessories, as well as the Car-Corral, a space displaying classic cars for sale, completed the range of activities at the event.

Avante

Exhibition of Personal Independence and Quality of Life

02-04/06

Gran Via. 2nd event

Area: 12,600 m²

Exhibitors: 73

Type: professional and public

Activities: R+D+i area, Avante Home exhibition, conferences, business meetings and workshops

Organised by Fira de Barcelona. (*)

* Unless stated otherwise, the exhibitions have been organised by Fira de Barcelona.

The second Avante consolidated the event as the leading Spanish meeting point for solutions improving autonomy and the quality of life of disabled and dependent people.

In the R+D+i Area, the exhibition presented Spanish and European prototypes and projects, such as telephone helpline systems installed in clothing that moni-

tor the patient's vital signs, and devices using a mobile phone to read barcodes of medicines.

New products and services already available on the market to foster autonomy, health, mobility and leisure were also presented. The Avante Home exhibition recreated a house totally adapted to disabled or dependent children and adults, including systems for opening the door using the iris in the eyes, computers integrated into wheelchairs, and adjustable toys and furniture. Other new ideas were cars that can be driven with a joystick and a range of tourist and sports activities for people with reduced mobility.

Also of interest were the seminars organised, which included the participation of almost 1,000 specialists from 23 countries, and focused on future care and health resources, and the promotion of healthy ageing by using new technologies.

To mark the Spanish presidency of the European Union, Avante hosted the General Assembly of the AAL Association, which manages technological projects developed in Europe to improve the quality of life for elderly people.

080 Barcelona Fashion

26-29/01 - 13-01/07

Montjuïc. 5th and 6th shows

Area: 11,000 m²

Exhibitors: 50 January / 53 July

Type: professional

Activities: parades, 080 Barcelona Fashion Prize and live music performances.

Organised by the Ministry of Innovation, Universities and Enterprise of the Government of Catalonia.

The two 080 Barcelona Fashion shows in January and July 2010 confirmed the exhibition's status as the platform for promoting the latest fashions in the international arena.

One of the main attractions was once again the parade which saw the presentation of the latest collections from 18 emerging and renowned designers at each event, including Celia Vela, Miriam Ponsa, Josep Abril, Cardona Bonache, Bibian Blue, Tim Hamilton and Yiorgos Eleftheriades. As well as the parades, more than 50 designers participated in the 080 showroom to display their designs and make direct contact with professionals and purchasers.

In 2010, the exhibition highlighted men's fashion, and the 080 Barcelona Prize was divided into two categories for the first time, for the best collections for men and for women. The prize-winners were Jan Iú Més, Karotalaspalas, Miriam Ponsa, Manuel Bolaño and Juan Antonio Ávalos.

The January event was also held on the

same dates and at the same venue as the urban fashion exhibition The Branderly, which led to a combination of synergies and made Barcelona the capital of fashion. Another new feature was the participation of the 080 designers in the Gaudi Prizes, by dressing the key figures in the gala with the dual objective of promoting the Catalan film and fashion industries.

Barcelona Meeting Point

20-22/10

14th event

Area: 24.600 m²

Exhibitors: 200

Type: professional and public

Activities: conferences, seminars and prizes

Organised by the Barcelona Consorci de la Zona Franca.

In 2010, Barcelona Meeting Point (BMP) was once again the leading real estate event in Spain and one of the most important in Europe. With the participation of 200 exhibitors from 18 countries, the exhibition exceeded the initial forecasts.

Over three days, the exhibition presented new investment opportunities, a wide variety of products with special discounts and the latest trends in the real estate sector, as well as promoting new contacts and generating business.

As in previous years, the commercial range and activities were divided into their usual formats: the professional exhibition, open to the general public and the International Symposium, a major forum for debate on the opportunities and challenges in the sector which brought together more than 80 speakers in 25 sessions, including the 2nd Euro-Arab Real Estate Conference organised in collaboration with the Urban Land Institute.

BMP made a firm commitment to internationalisation once again this year, with 40% of its exhibitors coming from abroad, and it attracted visits by businesspeople and professionals from 39 countries, including Russia, Latin America, Central and Eastern Europe and the Middle East. Twenty Spanish science and technology parks also participated for the first time at the 2010 event.

BCN Bridal Week Noviaespaña / Pasarela Gaudí Novias

18-23/05

Gran Via. 20th event

Area: 30,000 m²

Exhibitors: 235 brands

Type: professional

Activities: parades

Organised by Flaqué Internacional

On its twentieth anniversary, BCN Bridal Week reaffirmed its leading position as the international showcase for wedding fashion. The Barcelona event, which brought together practically all the Spanish companies in this sector, showed its positive progress once again this year, hosting 235 brands, 2% more than the previous event. There was a considerable foreign presence once again, with an increase of 8%. In addition, 60% of visitors came from 50 different countries, particularly the United States, which led the ranking for the first time.

At the Noviaespaña International Show, the brands presented their wedding dress designs, their ideas for all types of wedding accessories and clothing for banquets. The level of foreign participation was once again very high, with 40% of international brands, from Germany, Belgium, Cyprus, France, the Netherlands, England, Lebanon, Portugal, Turkey and South Korea. This is in addition to Spain, which also has a major role in the wedding fashion field.

The Pasarela Gaudí Novias show saw the presentation of collections by 29 Spanish and international designers. Almost 14,000 viewers admired the latest models from Pronovias, Rosa Clará and Jesús del Pozo, among others. On this occasion, there were new additions to the exhibition including Cymbeline, Elisabeth Barboza by Pronuptia Paris, Juanjo Oliva and Lee Seung-Jin.

Barcelona International Boat Show

06-14/11

Gran Via and Port Vell. 49th event

Area: 74,683 m² (between Gran Vi and Port Vell)

Exhibitors: 354

Type: professional and public

Activities: conferences, regatta presentations, prizegiving ceremonies, traditional sailing workshops, dinghy sailing training, fishing and sailing simulators.

The Barcelona International Boat Show once again reinforced its important role as a motor for the sector. Despite the difficult economic situation, it contributed to invigorating sales, featuring the widest range of sports and leisure sailing in Spain and once again offering its visitors financial products to purchase ships and moorings, thanks to the cooperation agreement with Deutsche Bank. The event, which received a large turnout, around 120,000 people, brought together a total of 354 Spanish and foreign exhibitors at its two Gran Via and Port Vell venues, from 31 countries, with boats of all lengths.

The event presented a wide range of products to suit all tastes and budgets

including accessories, canoes and kayaks, inflatables, motors, sailing and motor boats, yachts, charter services, trailers and motors, among other products. Sports harbours, tour and water sports operators also participated.

The 2010 event highlighted the latest trends in the sailing industry, which is committed to more sustainable and innovative boats. Among the new ideas on display were fully electric outboard motors, advanced navigation simulators, new systems for help with manoeuvres, more ecological materials and collapsible boats that turn into trailers. The Innovation Zone also featured projects with high technological value to improve the energy efficiency of boats and develop renewable sailing energies.

Over nine days, almost 200 activities took place for all audiences in order to promote the enthusiasm for water sports. These included the numerous events that took place in the exhibition's themed areas: the Fishing Zone, with deep-sea fishing simulators; Traditional Sailing, where classic ships were exhibited and handicraft demonstrations took place; Fun Beach, with introductory sessions to sailing in a swimming pool; and the Maritime Zone, featuring presentations of regattas including the Barcelona World Race, as well as debates and conferences. Businesspeople in the sector, athletes and water sports enthusiasts met up in the Village in Port Vell.

Companies, government representatives, sports institutions and enthusiasts chose the exhibition as the forum to debate the situation in the industry and to seek answers to their long-standing demands, such as the abolition of the tax on the registration of boats between eight and twelve metres long, which would make the tax treatment of Spanish ships equivalent to those in other European countries. They also demanded greater accessibility to harbours such as the installation of free public ramps, and a change in the regulations to standardise sailing qualifications. According to the experts, these solutions can help the companies in this sector, which have a great deal of influence on Spain's economy, to come out of the recession in a stronger position.

International Caravanning Show

09-17/10

Gran Via. 29th event

Area: 30,000 m² gross

Exhibitors: 100

Type: Professional open to the public

Activities: XIV Meeting of Camping and Caravanning Companies. Caravan and motor home rally. Children's activities

The Caravaning show provided a real boost for a sector that has been hit particularly hard by the recession. 364 caravans and motor homes were sold during the show, which amounted to 80% of the vehicles on sale by around a hundred exhibitors. 7.5% of the 4,796 leisure vehicles sold in Spain in 2009 were sold in just nine days, according to figures from the European Caravan Federation.

The exhibition received numerous visitors, and consolidated its standing as the leading event in Spain and southern Europe. Caravaning is a family event, and is the exhibition which receives the most visitors after the Children and Youth Festival.

As well as the commercial exhibition, the International Caravanning Show had numerous attractions. These included FamParc, the leisure activities area organised by the Barcelona Provincial Council, where hundreds of families enjoyed a play area. A car park was also provided to host the sixth rally of vehicles in which 180 caravans and motor homes participated.

The exhibition hosted the XIV Meeting of Camping and Caravanning Companies, which saw the first joint congress of the Spanish Federation of Campsite Companies (FEEC) and the Spanish Caravaning Trade Association (ASEICAR). In this sectorial summit, the need for both sectors to take advantage of the synergies between them to improve their brand image was emphasised.

Barcelona International Comic Fair

06-09/05

Montjuïc. 28th event

Area: 19,000 m²

Exhibitors: 147

Type: public

Activities: exhibitions, prizes, round tables, sectorial meetings, workshops

Organised by Ficomic.

The world of the comic strip showed that it is in rude health after the success of the latest International Comic Fair, which was attended by visitors from six different countries. Almost 150 exhibitors showed off the latest ideas in a highly popular area of culture, which has an influence over all types of readerships and is constantly adapting.

The exhibition is a reflection of the increasingly close links between comics and the audiovisual industry. The visit by Sam Lake, the scriptwriter of the video game *Alan Lake*, and the actor Óscar Jaenada, promoting *Los Perdedores*, the film in which he plays the lead role, were good

examples of this convergence of the comic strip and the moving image. The originals of this comic, which has been adapted to the big screen, were on display, together with those of *Jonah Hex* and *Iron Man 2*.

The event featured exhibitions paying tribute to classic comics and artists, and a display dedicated to the character *Corto Maltese*, the wandering adventurer created by Hugo Pratt, with originals by the author, and displays featuring the cartoonist Manuel Vázquez, and *Prince Valiant*, the comic by Harold Foster. Music featured heavily at the Comic Fair with daily concerts by groups including Sidonie and the participation of the duo Estopa, who presented the comic *Ultimate Estopa*. Among the renowned illustrators attending were Jaquest Tardi, Moebius, Charles Berberian and Jeff Smith. The exhibition led to more than 400 professional meetings between Spanish authors and Spanish and international publishers.

Cosmobelleza & Wellness

The International Hairdressing, Aesthetic and Wellness Show

06-08/03

Gran Via. 16th event

Area: 38,000 m²

Exhibitors: 316

Type: professional

Activities: technical seminars, training sessions, conferences, competitions, business rounds

Organised by Gestión de Cosmobelleza, SL.

Internationalization, training and business are the three pillars of the Cosmobelleza & Wellness exhibition, one of the most important events for all-round beauty in the Euromediterranean region.

The main trends and new ideas in the hairdressing, aesthetic and wellness sector were presented once again this year with the participation of exhibitors from Germany, Australia, Belgium, China, Spain, the United States, France, Italy, Jordan, the Netherlands, Pakistan, Poland, Portugal, the United Kingdom, the Czech Republic, Taiwan, Turkey, Ukraine and Venezuela. 15% of the professionals visiting Cosmobelleza came from 69 countries all over the world.

The Business Rounds, the ideal business platform for promoting strategic alliances between manufacturers and distributing companies of beauty products from various parts of the world, took place for the fourth consecutive year. More than 35 distributors and 70 manufacturers participated in this activity, during which around 800 meetings were arranged in

order to discuss business for the medium and long term.

Cosmobelleza & Wellness was also the setting for numerous activities aimed at professionals. One of the most spectacular was the Body Make-up Competition, which has become a tradition. Also noteworthy were the Aesthetics, Hairdressing and Spa & Wellness conferences, the Barcelona Hair Fashion parade and the numerous workshops and technical sessions for Hairdressing and Aesthetics and the Professional Seminars on Conference on Hydrotherapy and Wellness.

Day of the Entrepreneur – Entrepreneurs Fair

16-17/06

Montjuïc. 1st joint event / 9th Day of the Entrepreneur - 1st Entrepreneurs Fair

Area: 24,000 m²

Exhibitors: 82

Type: Public and professional

Activities: Conferences and workshops; sectorial networking meetings, meetings between entrepreneurs, agendas of meetings with managers of public and private companies, interviews with experts and consultants and exhibitions

By taking place at Fira de Barcelona, the Day of the Entrepreneur increased its training and networking activities and almost doubled the number of participants compared to the previous event. More than 11,300 people with ideas for business or already established businesses attended. Other figures highlight the success of the event: 18,500 business relations; more than 140 activities and the participation of 124 collaborating institutions, 42 senior directors and decision-makers, and 341 speakers, experts and consultants.

Sectorial meetings, meetings between entrepreneurs, work and contacts areas, agendas of meetings with managers of public and private companies, interviews with experts and consultants were some of the activities. There was extensive interest in the over 70 workshops, round tables and lectures on franchises and purchases, financing, business acceleration, business trends and opportunities, creation, management, marketing and sales. The event's internationalisation also increased, with a business landing area to attract foreign entrepreneurs.

The Day of the Entrepreneur is promoted by Barcelona City Council, the Government of Catalonia, the Barcelona Chamber of Commerce, "La Caixa", the Ministry of Industry, Tourism and Trade, and the Barcelona Provincial Council. Its sponsors include the Consorcio de la Zona Franca, the Official Credit Institute, Google and Ernst&Young.

As part of the Day of the Entrepreneur, Fira de Barcelona organised the first Entrepreneurs Fair to reinforce the business aspect, bringing together 82 exhibitors with an extensive commercial range to create ideas and projects and make businesses grow. These services included legal, tax and employment advice, technological solutions for business management and online communication and business. The exhibition also included twenty franchising brands, financial institutions and consultants, insurance companies, public institutions and training centres.

Other spaces in the Entrepreneurs Fair included the first Ofertódromo, where exhibitors could set out their commercial ideas, and an expanded Base Camp, an area for younger businesses – less than five years old – and the finalists and winners of the Barcelona Entrepreneurial Capital Prizes, which are awarded annually by Barcelona City Council. The award-winning businesses were CFLabs, a forensic laboratory analysing electronic devices; Restalo.es, an online portal for restaurant bookings in real time; Sitmobile, the creators of platforms for mass sending of SMS messages as a marketing tool; and Intelligent Pharma, a biotechnology company producing computer tools for the design of medicines.

As well as HiT Barcelona, the Tecnio Forum and the XXI Entrepreneurial Prizes, the Entrepreneurs Fair and Day of the Entrepreneur are part of the Biz-barcelona platform, a platform for events related to innovation, entrepreneurship and business growth.

E-commretail

The professional e-commerce and online business exhibition

15-16/05

Montjuïc. 1st event

Area: 3,600 m²

Exhibitors: 73

Type: professional

Activities: exhibitions, conferences, forums and seminars

Organised by FOPREN

Fira de Barcelona's Montjuïc area hosted E-commretail for the first time. This exhibition was created in 2009 to cover the increasing opportunities that the Internet offers to the world of business. Despite the fact that the event is in its early days, it has already become a benchmark in its field in southern Europe due to its innovative and useful content.

Internet is a basic tool for businesses, not only as an everyday tool for work and management, but also and above all as

a powerful mechanism for expansion. E-commretail brought together businesses and services and other companies operating over the Internet or wishing to position themselves on the Internet. Around 6,500 professional visitors were able to look at technology and services for e-commerce, digital marketing, website design and online shopping, logistics applied to e-commerce, web analysis, hosting, payment methods, social media, open sources, and online reputation, among others.

E-commretail also featured a space given over to training and information. Those attending were able to attend an extensive programme of conferences, forums, speeches and seminars in which more than 125 Spanish and international speakers participated. The visitors' high rating of the event in its closing session highlighted its threefold nature as a platform, an event for training and a meeting point for contacts and business.

EIBTM

The Business Travel, Conferences and Incentives Industry Professional Exhibition

30/11-02/12

Gran Vía. 7th Barcelona event

Area: 42,900 m²

Exhibitors: 3,125

Type: professional

Activities: seminars, forums, business meetings, prizes

Organised by Reed Travel Exhibitions.

One of the world's most important events for events and business travel professionals took place a new edition at Fira de Barcelona, which hosted the exhibition for the seventh year. The numbers of professionals increased by 5% compared to 2009, with a particular increase in "guest purchasers."

The profile of visitors to EIBTM is executives responsible for organising business travel, congresses, conferences, events and incentive trips. They include agencies, associations, large companies and professional conference organisations that are looking for the latest products, services, destination and trends at the show.

The number of exhibitors also increased: they came from more than 90 countries, and displayed more than 3,000 items related to the professional events industry. EIBTM was also the showcase for the forefront of the sector and a major business platform and as a result, during the three days that the exhibition took place, guest purchasers and exhibitors

held around 57,000 business meetings.

As well as Technological Development, training was once again one of the major commitments, with the now well-established Professional Education Programme, featuring 60 seminars, lectures and workshops.

Among the initiatives at this year's event were the Stand Prizes and the switch-on of EIBTM TV, a channel broadcasting all the events that took place at the show live, which could be seen on the EIBTM website.

Expoaviga Forum

International Livestock Farming Exhibition

08-10/06

Montjuïc. 19th event

Area: 5,500 m²

Exhibitors: 100

Type: Professional

Seminars: Cereals market, conferences, seminars, prizes

The Palau de Congressos in Barcelona was the venue for Expoaviga 2010, which took place with a new format and under a new name, Expoaviga Forum, in order to become a debating forum for Spanish livestock farming.

The new focus of the event was supported by most of the sector and the government. In her opening speech, the minister for the Environment and Rural and Marine Affairs, Elena Espinosa, praised the "change in Expoaviga's approach" and said that "knowledge and technology are the paths by which livestock farming in Spain will beat the recession."

More than 60 technical seminars involving more than 3,200 conference attendees were held in the Expoaviga Forum and there was also with a commercial exhibition area with around a hundred companies and veterinary laboratories.

The Expoaviga Forum programme was completed by the Cereals Market, the awards of prizes for technological innovation in the dairy sector and the II Spanish Congress on Comprehensive Livestock Waste Management at the Ecofarm.

The leading Spanish livestock farming sectorial associations took advantage of their presence at the event to express their concerns at the new regulatory framework which will be applicable in the European Union in 2013, when a new animal welfare law comes into force that requires improvements in the treatment of animals on livestock farms, and a new Common Agricultural Policy (CAP) which will have a smaller budget.

Expohogar

International Exhibition of
Gifts, Interior Decoration and
Household Articles

22-25/01

Gran Via 41st event

24-27/09

Montjuïc. 42nd event

Spring

Area: 8,000 m²

Exhibitors: 100

Type: Professional

Autumn

Area: 10,000 m²

Exhibitors: 110

Type: Professional

Expohogar Primavera was held in the Gran Via area, and presented all the latest ideas in decoration, gifts and articles for the home, fashion jewellery and fashion accessories for the spring - summer 2010 season. The range for men went down particularly well at the event, as did the new shopping bags and trolleys in attractive colours and prints, that are taking on new life with the gradual withdrawal of plastic bags from the shops.

Meanwhile, on its return to Montjuïc, Expohogar Autumn presented articles and new ideas for the autumn - winter 2010-2011. The exhibitors' ability to adapt to new demands from consumers was highlighted by their presentation of more functional and environmentally-friendly objects. Exhibits included cardboard paintings that turn into chairs, bookmarks with 3D effects, aerodynamic wind-resistant umbrellas and new ideas for Christmas decorations such as trees with LED lights.

As usual, the Government of Catalonia's Rehabilitation Initiatives Centre (CIRE) took part in the two Expohogar events, and presented the wide range of products produced in the workshops of Catalan prisons by prisoners involved in social rehabilitation programmes.

The two events reaffirmed Expohogar's role as a leading fair for the small and medium retail trade, distributors, interior designers, decorators and wholesalers from all over Catalonia and its area of influence.

Expominer

Minerals, Fossils and Jewellery
Exhibition

19-21/11

Montjuïc. 32nd event

Area: 5,500 m²

Exhibitors: 133

Type: professional and public

Activities: exhibitions, projection of documentaries, workshops, demonstrations and a drawing competition.

Mineral, fossil and jewellery collectors met again last year at Expominer, where the visitors enjoyed themselves discovering, purchasing or even exchanging minerals of all types, precious stones, meteorites

and fossils worthy of the collections of the best museums. This latest event featured 133 exhibitors, over half of whom were foreign, from 17 countries. The exhibition led to numerous sales and exhibitors and visitors were happy with the volume of business, which exceeded their expectations.

Among the items on display were meteorites from the Moon and Mars, the only one of its kind in Spain. There were also precious stones that were collector's items, such as paraiba tourmaline from Brazil, which is so rare that it commands higher prices than diamonds. Lovers of palaeontology found authentic fossils more than 100 million years old at the exhibition, including complete *Psittacosaurus* skeletons and even a nest with dinosaur eggs from the Cretaceous period of great scientific value.

Culture and training were other central features of the exhibition. Around 2,000 young people participated in the activities organised by the Faculty of Geology University of Barcelona, such as the "Living Geology" exhibition, where they discovered the mineral composition of some objects that are in everyday use, how gold used to be found using the panning technique and what a tsunami is and how it forms, thanks to a simulator.

Children & Youth Festival

27/12 - 04/01

Montjuïc. 48th event

Area: 40,000 m²

Exhibitors: 70

Type: Open to the public

Activities: Workshops, competitions, games, parades, championships

The Montjuïc area once again hosted the traditional Children and Youth Festival that Fira de Barcelona has organised every year since the first event in 1963.

The Joan Miró Foundation also participated for the first time, showing children the world of the great Catalan artist. The contributions by many other businesses and institutions such as the Barcelona Sports Institute, the Barcelona Provincial Council and the Government of Catalonia, which participated through several Ministries, contributed to the success of the exhibition.

One of the distinguishing features of the event is sport, which had a very high profile thanks to the involvement of various Catalan federations, including the basketball, tae kwon do, motor racing and Olympic archery federations. Among the most popular activities was the 48th basketball Molinet Trophy which broke its record for participation in 2010, 113 teams entering.

One of the major attractions at the event was the presence of a Custo Growing stand,

featuring the children's clothing line by the designer Custo Dalmau, where boys and girls were able to experience the excitement of parading on a catwalk.

Since its beginnings, the Children and Youth Festival has included activities that are not only aimed at entertainment, but are also focused on the education of children in venues including solidarity, public-spiritedness, participation, creativity and respect for the environment. That is why the event is a highlight of the Christmas season and is a family outing, with thousands of visitors, including children and their companions.

HiT Barcelona

World Innovation Summit

16-17/06

Palau de Congressos. 2nd event

Area: 2,000 m²

participating companies: 1000

Type: professional

Activities: Plenary Congress, Symposium on Clusters and Parks of Excellence, Venture Capital Corner, Ideas & Investment Marketplaces and the Global Entrepreneurship Competition.

Three concepts define HiT Barcelona: Innovation, Entrepreneurship and Investment. That is the essence of an event that is aiming to become an international meeting where good ideas find ways to transform the world. HiT Barcelona - World Innovation Summit brought together business leaders, innovators, investors and entrepreneurs and aims to become a forum where ideas are shared and the mechanisms to make them into great businesses are discovered.

The exhibition condensed its programme into two seminars. The first, focusing on knowledge, contained 17 speeches, including those by the international expert in urban development Richard Florida, the vice-president of Google Bradley Horowitz, and the founder of Foursquare, Dennis Crowley. The second, on networking and business opportunities, led to more than 1,815 meetings, including 705 interviews between private investment funds and entrepreneurs; and hosted the second Global Entrepreneurship Competition, a contest for businesses in their embryonic phase. The company peerTransfer, which was founded in Boston by Iker Marcaide from Valencia, won the first prize.

In 2010 HiT Barcelona joined BizBarcelona, a joint project led by Barcelona City Council, the Government of Catalonia, the Barcelona Chamber of Commerce, Barcelona Provincial Council and La Caixa to position Barcelona as a zone of innovation and entrepreneurship in the Spanish and international arena. BizBarcelona also

includes the Day of the Entrepreneur, Entrepreneur XXI and Forum Tecnio.

Hostelco

International Restaurant, Hotel and Community Equipment Exhibition

05-09/11

Montjuïc. 15th event

Area: 66,700 m² net

Exhibitors: 700

Type: Professional

Activities: Gran Foro Contract, Gran Foro Wellness, Hostelco Awards

Hostelco once again backed innovation as the key factor in reinvigorating the sector. With this in mind, it hosted various sectorial forums and activities for each segment in its field.

This time round, the exhibition, which featured the participation of 700 businesses, was particularly highly rated by exhibitors and visitors due to the volume of business that took place, which according to the professionals was a reflection of the slight economic recovery that the sector is experiencing after a difficult 2009.

The exhibiting companies highlighted the quality of the thousands of professionals who visited the event, around 62,000 people, who were mostly entrepreneurs, sales managers of hotelery companies and distributors with a great deal of decision-making power regarding purchases. They expressed their interest not only in purchasing products, but in finding out about new ideas and information on new trends in the various industry forums and seminars that took place during the show.

Among the new ideas in equipment were items from Asian cuisine, which are increasingly in vogue in the west, such as industrial woks, steaming equipment, Mongolian grills which diners use to cook their own dishes, and refrigerated counters for preparing sushi.

Hostelco became a dynamic platform for the exchange of sectorial information and for the first time hosted the Gran Foro Contract and the Gran Foro Wellness, which brought together businesspeople, professionals and experts in the design of spaces and welfare installations. The first Hostelco Awards ceremony also took place, with Spain's most innovative hotels and restaurants in 17 different categories receiving awards.

Other activities that took place were based around products such as bread, coffee and cocktails, with exhibitions in the latter field by famous expert barmen in the various bartending disciplines. The ever-popular tapas played a leading role in seminars organised by the Spanish Hos-

telry Federation, in order to promote this type of Spanish gastronomy.

Numerous tastings, samplings and training courses took place in the Coffee Zone, as well as the final of the 5th National Barista Championship, which was won by Catalonia's Ferran Casellas. The same space also hosted the 2nd Grand Final of the Iberian Barista Championship, which involved the best professionals from Andorra, Portugal and Spain, and in which Víctor Bolea, from Zaragoza, was crowned champion.

Expolimp, the area specialising in industrial cleaning and hygiene, hosted several technical seminars that covered various topics, ranging from the employment reform to the supervisor's role as a key figure in the professionalisation of the sector. The programme of activities included the presentation of the II Spanish Cleaning Congress, and the window cleaning competition that took place for the fifth time.

At the last exhibition, Hostelco, which is organised by FELAC and Fira de Barcelona, received the support and collaboration of the Spanish Hotelery Federation (FEHR) among other institutions, and thanks to the commitment made by all of those bodies, it consolidated its position as Spain's leading exhibition in the sector and the second most important in Europe.

InstalMat

The Total Installation Materials Exhibition

12-15/05

Gran Via. 2nd event

Area: 8,425 m²

Exhibitors: 219

Type: Professional

Activities: Energy Efficiency Day, Product Prizes, XXI CONAIF International Congress, Seminars

In just two events, InstalMat has become the leading meeting point for installation professionals in Spain, by covering a comprehensive range in its exhibitions and including the largest sectorial forum for debate and reflection.

InstalMat 2010, with 210 exhibitors from 16 countries, presented all types of solutions for installations and an extensive programme of activities. Over 2,000 professionals attended more than 40 lectures, seminars, presentations and training sessions. Innovation and control of energy expenditure were the two main themes highlighting the way to beat the recession.

On Energy Efficiency Day, InstalMat featured a programme of technical sessions supported by the companies Daikin and SCV and coorganised with the Catalan Energy Institute and various professional

colleges and institutions. Another successful initiative was Side Event, a space for presenting products, new ideas and standards.

The first 2010 Product Prizes were awarded, after being elected by more than 2,000 professionals on the exhibition's website. The winner was the Altherma HT heating system, which provides heat and hot running water with efficiency levels three times higher than those of traditional methods.

The XXI International Installations and Energy Congress, organised by CONAIF and the Catalan Federation of Installation Companies was held at InstalMat, and discussed the application of the Regulations for Heat Installations in Buildings.

LIBER

The International Book Fair

29/09 - 01/10

Gran Via. 28th event

Area: 11,000 m²

Exhibitors: 700

Type: professional

Activities: seminars, debates and prizes

Liber, the leading professional event for the book industry in Spain and Latin America, reinforced the presence of digital publishing businesses in 2010, attracting more professionals working in graphic design, multimedia content and online marketing.

The exhibition, organised by the Spanish Federation of Publishing Guilds, is held in Barcelona and Madrid in alternate years. Once again it showed that despite the difficult economic situation, it is capable of encouraging sales and bringing together purchasers from all over the world.

The Liber seminars, which had high participation levels, also focused on the new business opportunities that are opening up with the application of new technologies in the publishing sector. The most popular sessions were those covering the e-book, digital content, books sales using mobile devices and promotion and the editorial brand in social networks, among others.

The events paying tribute to institutions, individuals and media for their contribution to fostering reading were also well attended. The prizewinners this year were the publisher Josep Maria Boixareu Vilaplana, Radio Euskadi, TVE's La 2 television channel and the EFE news agency; the Diego Martín bookshop in Murcia; and the Burgos Municipal Library.

Puerto Rico was the guest culture of honour at the exhibition, thanks to the presence of 50 publishers and thirty guest writers, and events were held in various venues in the city of Barcelona.

Low Cost

The Real Estate Bargains Show

23-25/04

Montjuïc. 2nd event

Area: 4.300 m²

Exhibitors: 95

Type: public

Activities: exhibitions, purchase operations

Organised by the Barcelona Consorci de la Zona Franca.

The Low Cost Show, which was held for the first time in 2009 to contribute to the reduction of Spain's stock of housing, which has built up as a result of the decline in sales in recent years, gave the public the opportunity to find out about the most economical offers from 95 Spanish real estate companies. The organisers described the volume of flats sold over the two one-off Low Cost events as "very successful," as it achieved its main objective of boosting sales in the real estate sector. No further exhibitions of this type are planned at present for this reason.

The leading Spanish real estate agents placed homes on sale at lower prices. The reductions in prices of apartments, first and second homes, offices and commercial premises reached 46% in some cases.

As at the first event, Low Cost featured the participation of various Spanish financial institutions, which offered products for financing real estate bargains, analysed the capacity of the interested parties and provided the opportunity for arranging contracts on the spot.

One of the outstanding new features was the *buscapoint*, a computer tool for use by visitors, to help them find the offer that most suited their needs and means from among all those exhibited.

Low Cost Motor

The Second-Hand Bargain Vehicles Show

29/05 - 06/06

Montjuïc. 1st event

Area: 4,390 m²

Exhibitors: 22

Type: Public

Organised by Barcelona Motor Vehicles Dealers Guild

The predicted increase in automobile sales before the rise in the VAT rate, which came into force on 1 July, and the approaching summer season, one of the best times of the year for second-hand vehicles, encouraged the Barcelona Motor Vehicles Dealers Guild to organise the first fair for bargains in fully guaranteed second-hand cars at very affordable prices.

The results were satisfactory for the organisers and the participating com-

panies, despite the difficult economic circumstances. In nine days, the twenty exhibitors in the Plaça de l'Univers in the Montjuïc area sold a total of 116 vehicles, almost a quarter of those on display, for an estimated value of 1,800,000 euros.

Depending on their budget and requirements, visitors were able to choose from among 500 vehicles from leading brands, while confident in the knowledge that all the exhibitors were members of the organising institution. The quality of the cars, which were painstakingly checked, and the guarantees and special conditions offered by the dealers, combined with the low price factor, helped to boost sales.

At its first event, the institutions collaborating with Low Cost Motor were the Government of Catalonia, Barcelona City Council, the Barcelona Chamber of Commerce and the Fira. The exhibition was sponsored by the certification company Dekra, the financing company Cetelem and the vehicle paint company Glasurit.

Magic Internacional

Spiritual, Parascientific and Alternative Therapies Show

10-12/12

Montjuïc. 6th event

Area: 5.615 m²

Exhibitors: 150

Type: public

Activities: conferences, workshops, demonstrations, film series

Organised by D'Arbó Productions.

After celebrating its 25th anniversary, the international parascientific and alternative therapies show continues to attract an increasing number of visitors, and remains one of Europe's most shows in its field. The event, which took place in the traditional Montjuïc area for the sixth year running, received 5% more visitors than in 2009.

The event was structured in various spaces. One was given over to the commercial and enquiries area, where 500 professionals on 150 stands displayed their products and offered advice, performed demonstrations and presented alternative ideas. Meanwhile, the workshops and conferences focused on training and dissemination: around 50 speakers, including teachers, therapists and journalists, participated in conferences, talks and technical seminars on parascientific techniques such as *reiki*, regressions, channelling and *feng shui*. The new feature at the exhibition was the musicotherapy and conjuring hall, which featured white magic, biodance and mentalism shows.

The seventh art was also present at the exhibition with a third series of magic-spir-

itual films, which were followed by debates in which the filmmakers themselves participated. Magic 2010 also set aside a space to pay tribute to the recently deceased professional magician Mariló Casals.

Mi Boda

Fair specialising in Wedding Solutions

20-21/11

Montjuïc. 1st event

Area: 8,000 m²

Exhibitors: 100

Type: public

Activities: exhibitions and parades

Organised by Flaqué Internacional.

After a few years' absence, the Mi Boda exhibition returned to Fira de Barcelona's Montjuïc area, to provide solutions for the end consumer's needs in an event as important for the individual's life as a wedding.

Weddings are indeed at the centre of the exhibition's work: around 100 exhibitors presented a wide range of wedding products and services and the visitors, who were mostly couples preparing their wedding, were able to plan practically all the details related to their event in just two days and under one roof. They were able to take a look at the latest ideas in fashion and accessories, restaurants, decoration and furniture, jewellery, photography and video, car rentals, travel agencies, florists, printing, gifts, music and entertainment, hairdressing and make-up and many other things besides, presented by the leading companies.

As well as finding out about these latest new ideas, the visitors also had the chance to try out hairdressing and make-up ideas for themselves, as well as ordering their rings, invitations, gifts for guests and wedding car, as well as other services, all at the same time.

Two added attractions at the show were the live music provided by specialists in weddings and functions and the Wedding Fashion Show, where the designers participating presented their latest wedding and banquet fashion collections, as well as all types of accessories for the bride and groom.

Mobile World Congress 2010

15-18/02

Montjuïc. 5th event in Barcelona

Area: 125,000 m²

Exhibitors: over 1,300

Type: Professional

Activities: directors' summit, conferences, technical seminars

Organised by GSMA in collaboration with Fira de Barcelona

At the 2010 Mobile World Congress, the mobile communications industry once again showed that it is one of the most robust economic sectors with the greatest potential for growth. More than 1,300 businesses attending the event confirmed that despite a difficult economic situation, their sector has a bright future, a hypothesis that was supported by more than 49,000 visitors from 200 countries.

The four days of conferences attracted executives from the leading and most influential telephony operators, software companies, device suppliers and Internet companies, as well as the media, entertainment companies and government delegations. Another significant figure shows the importance of the summit held at Fira de Barcelona: 54% of those attending the Mobile World Congress were executives in their companies, and these included more than 2,800 general managers.

One of the areas with the highest growth rates was the ministerial programme hosting around 90 delegations which was attended by forty ministers. These figures represented a 30% increase compared to the attendance at the 2009 event and show the importance of the event not only for industry, but also for policymakers from all over the world who attend the conference to discuss and design the appropriate strategies for using the mobile communications industry as a vehicle for economic and social growth.

Based on the theme of "Vision in Action", the heads of companies including Alcatel-Lucent, BBC, Bharti Airtel, China Unicom, Ericsson, Huawei, KDDI, RIM, Samsung, Spotify, Telstra and Vodafone debated the trends and future of the industry, and how the mobile phone will cease to be at the absolute epicentre of the sector and become one device among many.

The first App Planet, an event designed to bring together the leading lights of the extensive mobile applications ecosystem in a single space, was attended by more than 20,000 people. Google, Motorola, RIM, Sony Ericsson and Vodafone gave various talks at the event on the development of applications. In total, more than 6,000 developers attended the Mobile World Congress.

Among the many speakers at the Congress, two were while undoubtedly at centre stage: Queen Rania of Jordan and the president and executive director of Google, Eric Schmidt. Queen Rania, in her capacity as UNICEF ambassador, considered the impact of mobile communication on the education of the world's population. Meanwhile, the head of the Californian technology company Google looked at how the frontier between desktop and mobile

technology will soon disappear. His speech was also heard by over 35,000 people on the Mobile World Live portal.

The Mobile World Congress is organised by GSMA, the international mobile telephony association with over 800 member companies from 219 countries. As a partner of GSMA, Fira de Barcelona was responsible for the Internet preaccreditation process, accreditation at the event and control of access to the conference, as well as the logistic organisation and management of the exhibition, management of the exhibition's assembly service, restaurant and catering management, customer and visitor services which it had been providing since 2007.

Ocasión

The Show of the Guaranteed Vehicle

27/11 - 08/12

Montjuïc. 30th event

Area: 11,000 m²

Exhibitors: 40

Type: Public

The Show of the Guaranteed Vehicle showed that during a recession in particular, consumers appreciate the advantages of the second-hand market as an opportunity for purchasing nearly new and very reliable vehicles at low prices. One in every 46 visitors to the exhibition purchased a car, after being encouraged by the exhibitors' promotions, special conditions and guarantees.

516 nearly new vehicles were sold in twelve days - around half of the cars on display - and the subsequent delivery of another 200 cars to the participating dealers was arranged. The total turnover amounted to 14 million euros.

The most widely sold vehicles were up-market saloons, costing between 13,000 and 25,000 euros. However, there were cars to suit all tastes, needs and pockets, ranging from utility to luxury vehicles. Prices ranged between 5,000 and 100,000 euros and depending on the market niche, while the savings compared to the same vehicle new could be more than 30%.

Ocasión also saw the participation of leading brands through their second-hand vehicle divisions, official dealers and purchasing companies. 1,051 vehicles were exhibited - from Km0, management, fleets and renting sources - with recent registration dates and low mileage levels, which were checked technically by the company Dekra to make sure they worked perfectly. Ocasión was organised in collaboration with the Catalan Federation of Motor Vehicle Dealers.

Personal España

Professional Human Resources Exhibition

17-18/03

Montjuïc. 3rd event

Area: 1,900 m²

Exhibitors: 45

Type: professional

Activities: lectures, debates, workshops and technical seminars

Organised by Spring Messe Management.

At its third event, Personal España, Spain's leading show and platform for the development of human resources, brought together professionals in the sector, representatives of personnel recruitment companies and software and hardware, training and consultancy services. The exhibition was held at the same time as Higher Education and Employment Week, which contributed to raising its profile.

More than 30 debates and conferences filled the Personal España programme of activities, which focused above all on optimising companies' resources as a factor in overcoming the recession. The importance of innovation and creativity in human resources was also emphasised, and issues such as flexibility of working hours and the latest opportunities provided by the internet, including e-learning and employee portals to recruiting on social networks, were also considered.

The Meeting Point was one of the most popular activities as it featured the participation of directors of human resources departments, who answered questions related to their work.

Among the new features this time round was the Personal Development area, focusing on training and e-learning, which turned out to be one of the most dynamic areas at the event: trainers and coaches enabled visitors to play an active role in the workshops for half an hour.

SIL

The International Logistics and Materials Handling Exhibition

25-28/05

Montjuïc. 12th event

Area: 31,588 m²

Exhibitors: 615

Type: professional

Activities: lectures, technical seminars, prizes and business meetings

Organised by the Barcelona Consorcio de la Zona Franca

The International Logistics and Materials Handling Exhibition (SIL), the leading trade fair in the logistics field in southern Europe and the Mediterranean basin, presented the latest ideas dealing

with the complexity of goods distribution systems. Its role as a major platform for commercial exchange was reinforced this year by a significant turnover figure.

SIL broke its own internationalisation record once again this year: 45% of the exhibiting companies were foreign, from 68 countries, including Morocco, Panama, China, Austria, Switzerland, Turkey, Chile and Greece, among many others. Also significant was the presence of French companies, as France was the guest country at the event, while Lebanon had a special role at the VIII Mediterranean Logistics and Transport Forum.

Among the new features were the Exhibition Village, an area where several brands showed their products live; the SIL Tech Area, for new technologies applied to logistics; the SIL Trans Area, focusing on road transport, and the Hospitality Area, where businesses were able to meet clients and present their products.

The training, knowledge and debate on the subjects related to logistics involved fifteen activities, in which 3,100 professionals participated, including the 11th Seminar on Free Trade Areas and Deposits.

SITC

International Tourism Show in Catalonia

15-18/04

Montjuïc. 19th event

Area: 40,000 m²

Exhibitors: 1,100

Type: open to the public

Activities: Alimara-Cat and Acpetur SITC Prizes

The show featured innovative and competitive tourist products, and brings together numerous and varied visitors and exhibitors from 60 countries and all Spain's autonomous regions. Various original ideas were presented, including caravanning in New Zealand, bicycle trips in Croatia and shopping trips in Peking, and the Cruise Area was organised for the first time, and included the range of the most important shipping companies in the Mediterranean and Caribbean.

The guest city, Logroño, shared centre stage with the Gateway to the Desert, which featured ideas from desert regions and the Arab world, and the third Pink Corner, an area specialising in travel for the LGTB community (lesbians, gays, transsexuals and bisexuals).

The exhibition set aside half a day specifically for professionals, who attended the sessions organised in collaboration with the Catalan Tourism Agency; Turismo de Barcelona; ACAV, the Catalan

Travel Agencies Association; the Polytechnic University of Catalonia, UPC; ESADE and CETT, the Tourism Technical Studies Centre, among other institutions. Innovation and sustainability in tourism were the cornerstone of the event.

Various prizes were awarded, including the Alimara-Cat, for tourism advertising in the Catalan language, which was awarded to the province of Medio Campidano in Sardinia (Italy), and the Alimara Special prize was awarded to the honorary president of the SITC, Ramon Bagó. The winners of the ACPETUR-SITC prizes for best stands were Castilla la Mancha, Terres de l'Ebre and Egypt, and the Catalan company Xaluca, which specialises in holidays and travel in Morocco.

SITEM

International Massage Techniques Symposium

16-17/10

Montjuïc. 10th event

Area: 1,600 m²

Exhibitors: 45

Type: professional

Activities: conferences, exhibitions and demonstrations

Organised by Interalia.

SITEM, the International Massage Techniques Symposium and the Professional Natural Therapies Exhibition, once again brought together the leading professionals in this sector. Acupuncture, aromatherapy, physiotherapy, homeopathy, traditional Chinese medicine, osteopathy, reflexology, shiatsu and yoga were among the more than 20 disciplines presented at the event.

Once again last year, SITEM achieved its twofold objective of acting as a meeting point and as a benchmark for professionals in the sector and at the same time becoming a business centre for suppliers and clients of natural therapies. Those attending the event were able to enjoy a variety of products and services exhibited by the 45 exhibitors participating in the area given over to the Natural Therapies Professional Show.

Meanwhile, around 600 conference delegates attended the symposium, in which Spanish and foreign experts participated, and were able to choose from among 33 speeches that took place during the two-day seminar. Of particular interest were the lectures by Txema Aguirre on the latest trends in kinesiotherapy and by Mila Ferrer, on treatment for depression and anxiety based on reflexotherapy. Another important guest was Dr. Miquel Andolz, of the medical staff of F.C. Barcelona, who looked at knee pathologies and

their manual examination. The lecture on Reiki also aroused a great deal of interest, as did the session on cervicobrachialgias, which included the impressions of leading specialists.

SWAB

Barcelona International Contemporary Art Fair

13-16/05

Pavilion Z-6, Montjuïc area. 3rd event

Area: 7,400 m²

Companies present: 32

Type: Public

Activities: Artistic projects in the city of Barcelona.

Organised by Diez-Cascón Arquitectes, SL.

This was the first event at Fira de Barcelona by this young project which focuses on contemporary art, considered from the perspective of the visitor and which describes itself as a fair in a relaxed atmosphere. One of its main objectives is to increase the passion for collecting among young people.

While the two previous fairs had focused above all on displaying paintings and drawings, the 2010 event also presented ideas in sculpture, installations, *performance* and video art that enabled it to place its range on a more international footing, featuring 32 galleries from 11 countries.

In order to foster new artistic approaches, Swab invited two artists to produce a work in the public space, promoting interaction between art, the public and the city. The German artist Jan Vormann designed a route through the city of Barcelona "reconstructing" famous buildings in the city with pieces of Lego. Another German artist, Boris Hoppek, installed a small raft full of characters made of wood offcuts and painted with acrylic paint in the pond at the entrance to the fair.

All these ingredients enabled SWAB to become one of the cultural events of the year in Barcelona, and to present itself to the public at large as an innovative alternative within its sector.

The Brandery

Urban and Contemporary Fashion Show

27-29/01 - 28-30/06

Montjuïc. 2nd and 3rd events

Area: 25,300 m² gross

Exhibitors: 167 (January) - 215 (June)

Type: Professional

Activities: Technical seminars, meetings, exhibitions, events

In 2010, The Brandery, the urban and contemporary fashion trade show organ-

ised by Fira de Barcelona with the support of the City Council, recorded an overall increase of 19% in the number of participating brands, and 50% in the number of visitors compared to the first time the event was held. A hundred brands participated in the exhibition in July 2009, while 167 did so in January 2010 and 215 in June. Half of them were from outside Spain, with the largest contingents coming from France, Italy, Portugal and the United Kingdom. Among the major Spanish and international visitors were the purchasing managers of large department stores including El Corte Inglés, Galeries Lafayette and la Rinascente.

The Brandery adopts a theme and an image at each event, which provide the inspiration for the technical seminars and sectorial meetings. With "The New Deal", the slogan for the January show, it aimed to express the need for renewal in business management during the recession. However, in June the slogan was "Love Revolution," which suggested a "creative revolution" based on the intangible value of each brand and its impact on consumption.

"The Laundry", the laboratory of ideas at The Brandery, included the participation of coolhunters at both events, and experts from leading companies in in fashion trend analysis, and business schools that gave lectures and participated in round tables. One of the most popular activities was the First International Blogger Meeting, at which speakers shared their professional experiences with over 200 people.

Both exhibitions went beyond the fashion garments field, and were the setting for cultural activities such as the Misi Misi Expo exhibition with 30 personalised *maneki-neko* and the So Real display, which included various types of urban art. There were also leisure areas, such as an open-air ice rink, and live performances by specialists in skateboarding, street dance and parkour.

A major feature in the field of innovation was the "virtual fitting room", a new software application that allows users to combine various garments and to use a virtual personal shopper to guide them in their shopping. Photography was also featured at The Brandery with the exhibition of portraits of the burlesque artist Dita von Teese, organised by Yo Dona magazine.

The City area took The Brandery onto the streets of Barcelona, with fashion, music and art exhibitions, including an exhibition of Vogue magazine covers in the Paseo de Gracia and the party and

parade organised by Custo Barcelona in the Mellow Beach Club at the Hotel W which was attended by 2,500 people. The Welcome Party organised by the show was attended by a thousand guests.

Higher Education and Employment Week

The Education Exhibition

17-21/03

Montjuïc. 21st event

Area: 17,000 m² gross

Exhibitors: 177

Type: Open to the public

Activities: Research in Action, an area focusing on multimedia; Languages Show; information sessions for families

Futura

Master's degree and postgraduate course exhibition

19-20/03

Montjuïc. 7th event

Area: 1,880 m² gross

Exhibitors: 50

Type: Open to the public

Activities: Fòrum del Treball Job Forum with jobseeking workshops

Expodidáctica

Education resources show

18-20/03

Montjuïc. 14th event

Area: 3,791 m² gross

Exhibitors: 79

Type: Professional

Activities: Classes, conferences, prizes, workshops on educational resources in museums

International Simulated Businesses Show

17-19/03

Montjuïc. 9th event

Area: 3,000 m²

Exhibitors: 75

Type: Professional

Activities: Technical seminars

Higher Education and Employment Week was once again one of the largest events in the education sector in Spain, as it included the Education Exhibition, Futura, Expodidáctica and the International Simulated Businesses Show.

The practical focus of the Education Exhibition helps young people between 15 and 18 years old to find personalised advice on educational alternatives, higher secondary education and university courses, among other training and professional options. The exhibitors, the ministries of Education and Universities of the Govern-

ment of Catalonia – which coordinate the exhibition – and the exhibition's Student Service helped to resolve doubts among students and their families and to provide guidance on academic choices.

Among the activities was the "Research in Action" space, in cooperation with Talencia, to promote careers in science; the multimedia promotion area of the Image and Multimedia Technology Centre of the Polytechnic University of Catalonia and the Languages Show, by the Spanish Association of Promoters of Courses Abroad, with the opportunity to study a school year outside Spain as the main attraction.

Meanwhile, Futura presented the master's degrees and postgraduate courses with the highest profiles, underlining the fact that in the recession, recent and unemployed graduates and professionals with jobs consider this specialist training as a means of improving their employment opportunities. Centres with postgraduate courses adapted to the Bologna Plan, which can be taken in Spain and other countries, also participated. It included the Jobs Forum, a space for advice on the labour market and practical jobseeking workshops.

Teachers attended Expodidáctica to find out about the latest trends in resources and technology for the classroom, which is a highly topical subject due to the implementation of the School Plan 2.0 (AulaCAT 1x1 in Catalonia). Interactive digital blackboards, electronic content and books, and desks and computers were some of the new ideas. The most innovative products and services received the Innova Prizes: the multi-touch learning table "Mesosfera" by Utani Social Lab and "Toktok", an online educational community for hospitalised children, by the Pere Tarrés Foundation. The exhibition also included pedagogical resources from 80 museums.

Expodidáctica featured the AulaTAC space (collaborative learning techniques) for the first time, with seminars on applying technological solutions when teaching dynamically and interactively, as well as the II DIM-Aula TIC Congress on teaching and multimedia, which analysed best practices when using information and communication technologies (ICTs).

Finally, the International Simulated Businesses Show, organised by the Inform Foundation, brought together state-approved education and occupational centres from several countries committed to training in the commercial and administrative areas with the creation of fictitious companies in order to learn by working.

Congresses and others

Important Medical Congresses

Fira de Barcelona hosted important congresses in 2010, especially in the field of medicine.

Among these were the Congresses organised by the European Respiratory Society, the European Association of Urology, the European Hematology Association and the International Union of Toxicology, which brought together a total of over 42,000 professionals, specialists and representatives of industrial sectors related to medicine.

The importance of these events held in the Fira de Barcelona facilities confirms the success of the work done since 2006 to attract major congresses related to health and also contributes to reinforcing Barcelona's role in this field.

Other Congresses

- Southern European Veterinary Conference
- Global Congress of Maternal and Infant Health
- Congress on Chronic Obstructive Pulmonary Disease
- Restoration Congress, Organised by the Barcelona College Of Surveyors, with the support of Construmat.
- FOSS4G, the Conference on Open Source Geospatial Software
- Catalan Hypertension Seminars
- Meeting of the Catalan Ophthalmology Society

The Fira de Barcelona venues also hosted more than seventy corporate and business, institutional and political, social, cultural and sports events and product presentations, as well as the filming of advertisements and photo sessions.

Esports, music and culture

Those with the most public impact were sports events and activities such as the European Athletics Championships, the traditional Jean Bouin race and the Barcelona Marathon.

Once again last year, the Gran Via area was the evening venue for Sónar, the Barcelona Advanced Music and Multimedia Art Festival, organised by Advanced Mu-

sic. The festival, an international leader, brought together 84,000 people, of which 45,000 attended the evening events from 17 to 19 June. The daytime sessions, exhibitions and other activities are also held in the CCCB, Macba, CaixaForum, the Auditori and the Grec Theatre in Montjuïc.

Sónar combines leisure activities with art, avant-garde and experimentation with the most renowned artists and trends in electronic music. The festival has crossed national boundaries since 2002, with events in various cities in the world including London, New York, Buenos Aires, Seoul, Frankfurt, Chicago and Tokyo.

Barcelona Harley Days

Another event with a major impact in the media - in this case held in the Montjuïc area - was the Barcelona Harley Days, a meeting of motorcyclists and enthusiasts for the legendary North American Harley Davidson brand, who came from all over the world. 18,000 motorcycles attended, and many of them participated in the traditional parade through Barcelona's streets.

Among the new features were the Ladies of Harley marquee and the exhibition of the spectacular Harley Custo, a motorcycle designed for charity by Custo Dalmau.

Fira's Pavilion number 1 was also one of the telephone centres for the 2010 TV3 Marathon fundraising event for research into spinal cord injuries.

Tools for the fair activity

Commercial priority

In 2010, Fira de Barcelona's Commercial Area prioritised the strategy of sales in local markets to encourage local companies to participate in the various shows, thereby raising their profile and contributing to completing the scheduled exhibition calendar.

Over 3,600 potential exhibitors were visited, and shown a comprehensive range of products adapted to each client's needs, such as stand construction, catering and other services, providing all the facilities required for a presence at the shows.

The range of packs designed for each show (exhibition space, stand, furniture, services, Internet access, parking, etc.) was the focus of a great deal of interest among customers, and ServiFira Project

was consolidated thanks to its good management of designer stand sales.

The Exhibitor Area successfully implemented an online portal to help exhibitors improve and facilitate management of their participation in Fira de Barcelona trade fairs (passes, monitoring and compliance with schedules, technical specifications of the exhibition space, purchases of products and services, invoicing, etc.).

The Hosted Buyers Program was another commercial objective that was strongly emphasised in the context of increasing internationalisation of the Fira trade shows, and the presence of companies from various countries, including emerging economies, was encouraged.

61 restaurants

GastroFira managed 61 restaurant premises in the two Montjuïc and Gran Via complexes, either directly or indirectly by concession to sector companies

In 2010, GastroFira collaborated in the design and conception of 6 new bars and restaurants located in the new pavilions 5 and 7 of the Gran Via area that will open in 2011. Two of these premises will be serving fast food, 2 restaurants will provide a traditional service, and 2 will have a mixed range of traditional and fast food.

Nuclo Restaurant, in the Gran Via area, received a sun award in the Repsol Guide for the second time, and Nuclo Catering has created a significant range of products for major events held at Fira de Barcelona.

2010 was been one of the busiest years for conferences since the creation of GastroFira 2001. Among other important events, it co-ordinated the restaurant and catering services for three major international conferences on Urology, the Respiratory System and Hematology, as well as Mobile World Congress, providing highly diverse restaurant ideas adapted to the cultural and dietary requirements of various groups of clients.

Over 45,000 coffee breaks, 33,000 snacks and cocktails, 20,000 menus, 10,000 picnics and 80,000 catering products were served directly to stands in 2010.

Energy efficiency and sustainability

A major concern of the Operations and Customer Service Department was to improve energy efficiency and sustainability.

The implementation of an innovative computerised management system began in Gran Via, which is designed specifically for the site, and can handle all its technical installations at the same time. It receives more than 150,000 signals every

15 seconds which enable it to take action automatically in the event of possible problems or to inform the operators. Once it is fully implemented, this system will provide major energy savings. Work was also done to optimise consumption, and water consumption was reduced by 40%.

Practical proof of Fira's commitment to sustainability policies was apparent in the signing of the agreement with Ecoembes (Ecoembalajes España SA, a non-profit-making company that promotes recycling), to promote the recycling of packaging in the exhibition facilities. Estimates suggest that during the first year of the agreement, over 200,000 kilograms of light packaging (plastic, cans and cartons), cardboard and paper were recycled. With this initiative, Fira de Barcelona is a pioneer in the implementation of a comprehensive solution for recycling packaging, reaffirming its commitment to sustainable development and environmental protection.

Its efforts in the area of sustainability were given public recognition with the Acció 21 awards, an initiative created by the Municipal Council for the Environment and Sustainability, which awarded a special mention to the project presented by GSMA Event Project Management for the reduction of the environmental impact of a major event like Mobile World Congress. The jury appreciated the fact that it could be applied to other trade fairs and conferences and its potential for making Barcelona an international venue for holding environmentally responsible events, and emphasised the role of Fira de Barcelona in achieving this.

In Paris, Fira de Barcelona received the Operations Award ex-aequo with the Toronto Fair. This award, presented annually by the Union of International Fairs (UFI), focuses on specific solutions related to efficiency and cost in the operations area. The Munich Fair was a finalist.

The distinction awarded to Fira de Barcelona recognised its efforts to reduce operating costs by means of various initiatives, freeing up resources for other activities and providing a higher quality service at a lower cost.

Development of ICTs

In 2009 and 2010, Fira made a significant investment in information and communication technologies, the ICTs which are an essential tool from every point of view.

A clear example of the high level achieved in this field is the equipment used during the Mobile World Congress, which included an MPLS data network

capable of handling over 250,000 simultaneous connections, the coordination of more than 900 Wi-Fi networks and an RFID technology system with 40 access points in the Montjuïc area, 140 personal accreditation points and more than 100 internal control points to control access to the various speeches that took place during the mobile telephone congress.

More training

One of the main activities of the Human Resources Area during the year was the management of organisational changes resulting from the implementation of the New Value Proposal (a review of the Fira's Strategic Plan), which particularly affected the Commercial, Expansion and Operations areas and led to the creation of the International Business Development Office.

Facilitating the successful adaptation of individuals to the new organisation, ensuring resource efficiency and reducing costs are among the concerns of the Human Resources department, which is committed to technological development and outsourcing some areas.

Particular attention was also paid to all issues related to training: 256 people - 35% more than in 2009 - attended the training programs that took place during the year, totalling 678 hours, 19% more than the previous year. Further work was done to prevent occupational hazards and to ensure the safety of the people working in the fair areas, and the number of accidents fell by 11%. 16 compared to 18 in 2009, none of which were serious.

Also noteworthy was the signing of an agreement with the Adecco Foundation, as part of compliance with the Law on Social Integration of Disabled, to carry out awareness-raising initiatives about issues affecting disabled people.

Fira de Barcelona ended 2010 with 286 members of staff.

Economic results 2010

Various factors affecting the activity of Fira de Barcelona converged in 2010. First, there was a crisis that generally affected the main economic sectors represented at the leading shows. Second, 2010, as an even-numbered year, saw the organisation of fewer industrial shows, the main asset in Fira's portfolio. There was also no triennial event held in 2010.

When analysing the business performance, it is necessary to consider the effects of the calendar on the major Fira shows, most of which are biennial, and as such we compare the results obtained each year with their equivalent two years previously; in this case the results for 2010 and 2008. In the difficult situation for businesses and organisations which we faced, the income finally obtained by the trade fair institution in the 2010 financial year amounted to 101.6 million euros, a lower sum than the turnover for 2008 (121.3 million euros) when the current heavy recession was not yet fully apparent in all shows and business sectors.

In 2010, as a second phase of the operation which began in 2009, Fira de Barcelona received exceptional extraordinary income of 15.1 million euros from the operation of the photovoltaic park installed on the roofs of the pavilions in the Gran Via area.

Among the more traditional shows organised by Fira itself in 2010 were Alimentaria, Hostelco, the Boat Show, the Tourism Show, Liber, Caravaning and Education. There were also two recently established events that can be considered as consolidated: Bizbarcelona (the merger of HIT, the Entrepreneur Day and the Entrepreneur Show) and the two events in January and July staged by the urban and contemporary fashion show The Brandy.

The shows and conferences staged by external organizers continued to account for a high turnover. Among those with a major economic and media impact were Mobile World Congress and EIBTM. Three very important European medical conferences were held on the specialties of hematology, urology and the respiratory system in 2010.

Operating expenditure, which amounted to 90.5 million euros, fell by 14.8%, or 15.7 million euros, compared to 2008 (106.2 million euros), as a result of the efforts necessary to cut costs due to the recession. However, special care was taken to make no significant reductions in the budget for promoting the shows. The greatest effort in this respect focused on reducing structural costs. The reduction amounted to 4.4 million euros (-17%).

The combined performance of these figures means that an EBITDA of 11 million euros was achieved compared to 15 million euros in 2008.

As regards investments, a restrictive policy was applied in 2010, although for operational reasons, improvements were made to the facilities in the Montjuïc area and to the computer development programme involving resources of 1.5 million euros.

Edita / Edited by

Fira Barcelona

Direcció General

Àrea de Comunicació

Avda. M. Cristina, s/n

08004 Barcelona

Tel. 93 233 20 20

www.firabcn.es

Disseny / Design

Eumogràfic

Impressió / Printed by

C/A Gràfica

Dipòsit legal: VG 614-2011

